

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

ESCUELA DE POSGRADO



**CADENA DE VALOR EN LA COMPETITIVIDAD DE LA PALMA
ACEITERA (*Elaeis guineensis*) EN EL DISTRITO DE NESHUYA,
REGIÓN UCAYALI 2019**

Tesis para optar el grado académico de
MAESTRO EN GESTIÓN EMPRESARIAL CON MENCIÓN EN
GESTION DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

ILESVIT ESPINOZA RUIZ

Pucallpa - Perú

2023



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI



ANEXO N° 4

ACTA DE DEFENSA DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OBTENCION DEL GRADO DE MAESTRO O MAESTRO EN CIENCIAS

En la Sala de grados de la Universidad Nacional de Ucayali siendo las ...11...horas, del día...15...de ...SEPTIEMBRE..., ante el Jurado de Tesis o trabajo de investigación constituido por :

- Dr. MIGUEZ AREVALO RIOS Presidente
- Mg. MOISES ROMERO TOVAR Secretario
- Mg. MIGUEL ANGEL VALDIVIEZO GARCIA Vocal

El aspirante al GRADO DE MAESTRO O MAESTRO EN CIENCIAS en: MAESTRIA EN GESTION EMPRESARIAL

Mención: GESTION DE PROYECTOS DE INVERSION
Don(ña)... ILESUIT ESPINOZA RUIZ

Procedió al acto de Defensa:

a. Con la exposición de la tesis o trabajo de investigación, titulada: "CADENA DE VALOR EN LA COMPETITIVIDAD DE LA PALMA AGUATERA (ECAIS GUINEENSIS) EN EL DISTRITO DE NESHUYA, REGION UCAYALI 2019"

b. Respondiendo las preguntas formuladas por los miembros del Jurado y público asistente.

Concluido el acto de defensa, cada miembro del Jurado procedió a la evaluación del aspirante a Maestro, teniendo presente los criterios siguientes:

- a) Presentación personal



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI



- b) Exposición: el problema a resolver, hipótesis, objetivos, resultados, conclusiones, los aportes, contribución a la ciencia y/o solución a un problema social y Recomendaciones
- c) Grado de convicción y sustento bibliográfico utilizados para las respuestas a las interrogantes del Jurado y público asistente
- d) Dicción y dominio de escenario

Así mismo, el Jurado plantea a la tesis o trabajo de investigación las **observaciones** siguientes:

.....

.....

.....

.....

.....

Obteniendo en consecuencia el Maestría la Nota de.....(*16*)

Equivalente a *BUENO*....., por lo que se recomienda *APROBADO*

(aprobado ó desaprobado)

Los miembros del Jurado, firman el presente ACTA en señal de conformidad, en Pucallpa, siendo las *12*..... horas del *15* de *SEPTIEMBRE* del 20*23*

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL



CONSTANCIA

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

N° V/0177-2023.

La Dirección de Producción Intelectual de la Universidad Nacional de Ucayali, hace constar por la presente, que el trabajo académico de investigación, titulado:

“CADENA DE VALOR EN LA COMPETITIVIDAD DE LA PALMA ACEITERA (ELAEIS GUINEENSIS) EN EL DISTRITO DE NESHUYA, REGIÓN UCAYALI 2019”

Autor(es) : ESPINOZA RUIZ, ILESVIT
Escuela : DE POSGRADO
Maestría : GESTIÓN EMPRESARIAL
Mención : GESTIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN
Asesor(a) : Dr. PALOMINO OCHOA, JUAN JOSÉ

Presenta un **porcentaje de similitud de 6%**, verificado en el Sistema Antiplagio URKUND/OURIGINAL, De acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO, el cual indica que todo trabajo de investigación no debe superar el 10%. **En tal sentido, se declara, que el presente trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud,** procediéndose a emitir la presente Constancia de Originalidad de Trabajo de Investigación (COTI) a solicitud del asesor.

En señal de conformidad se firma y sella el presente documento.

Fecha: 28/03/2023



Mg. JOSÉ MANUEL CÁRDENAS BERNAOLA
Director de Producción Intelectual



AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Repositorio de la Universidad Nacional de Ucayali

Yo, IESVIT ESPINOZA RUIZ:

Autor de la tesis titulada: "CADENA DE VALOR EN LA COMPETITIVIDAD DE LA PALMA ACEITERA (Elaeis guineensis) EN EL DISTRITO DE NESHUYA REGIÓN UCAYALI 2019".

Sustentada el año 2023.

Asesor(a): DR. JUAN JOSÉ PALOMINO OCHOA.

Escuela de Posgrado

Maestría: GESTIÓN EMPRESARIAL.

Mención: GESTIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.

Autorizo la publicación:

PARCIAL

TOTAL

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria y el Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 15/10/2023.

Email: iesvitespinoza@gmail.com Firma: [Firma manuscrita]

Teléfono: 939263649 DNI: 40099900

DEDICATORIA

A mi Dios, por su amor infinito, mi guía y fortaleza en ti me reconforto.

A mi señor padre Rolando Espinoza García, desde el cielo, tu legado de amor, empatía, y sabiduría encaminaron mi desarrollo personal y profesional.

A mi señora madre Melita A. Ruiz Macedo, ejemplo de entrega incondicional, perseverancia y fortaleza mi eterno agradecimiento, amor y admiración.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi alma mater, mi casa de estudios la Universidad Nacional de Ucayali, por la prestación de los servicios académicos brindados en mi formación académica.

A la plana docente de la Escuela de Posgrado de la Maestría en Gestión Empresarial con mención en Gestión de Proyectos de Inversión que contribuyeron con sus conocimientos y experiencia profesional impartidos en clases.

A mis hijas, mis personas vitaminas que motivan cotidianamente mi proceso de aprendizaje como madre y profesional.

RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo realizar un análisis del grado de relación que existe entre la cadena de valor y la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali; todo ello implica que la cadena de valor representa un instrumento importante para analizar y estudiar las diferentes actividades que realiza la empresa de la palma aceitera; por otra parte determinar la relación que existe entre la cadena de valor sobre la competitividad diferenciando los procesos más relevantes de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*); en ese sentido el estudio identifica los eslabones para desarrollar la cadena de valor de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*), así como establecer el método para incrementar la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya; la metodología de investigación es de diseño correlacional no experimental, tiene como propósito medir el grado de relación que existe entre las variables de estudio sobre los efectos de la cadena de valor y la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, con un enfoque cuantitativo, con soporte en la recopilación de datos mediante técnicas e instrumentos, que permitieron obtener los resultados según el grado de significancia de 0.000 menor a 0.05, se establece que existe grado de relación entre las variables, es decir que los efectos de la cadena de valor y la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*), concluyendo, que existe un grado de relación entre la cadena de valor y la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*), en el distrito de Neshuya, Región Ucayali.

Palabras Clave: Asociación, Cadena de valor; Competitividad, Palma aceitera, Producto, Tecnología, Transporte, Maquinarias y Equipos.

ABSTRACT

The objective of the research was to carry out an analysis of the degree of relationship that exists between the value chain and the competitiveness of oil palm (*Elaeis guineensis*) in the district of Neshuya, Ucayali Region; all of this implies that the value chain represents an important instrument to analyze and study the different activities carried out by the oil palm company; on the other hand, determine the relationship that exists between the value chain on competitiveness, differentiating the most relevant processes of oil palm (*Elaeis guineensis*); in this sense, the study identifies the links to develop the value chain of oil palm (*Elaeis guineensis*), as well as establish the method to increase the competitiveness of oil palm (*Elaeis guineensis*), in the Neshuya district; the research methodology is a non-experimental correlational design, its purpose is to measure the degree of relationship that exists between the study variables on the effects of the value chain and the competitiveness of oil palm (*Elaeis guineensis*). in the district of Neshuya, with a quantitative approach, with support in data collection through techniques and instruments, which allowed obtaining the results according to the degree of significance of 0.000 less than 0.05, it is established that there is a degree of relationship between the variables, that is, the effects of the value chain and the competitiveness of the oil palm (*Elaeis guineensis*), concluding that there is a degree of relationship between the value chain and the competitiveness of the oil palm (*Elaeis guineensis*), in the district from Neshuya, Ucayali Region.

Keywords: Association, Value chain; Competitiveness, Oil palm, Product, Technology, Transportation, Machinery and Equipment.

INTRODUCCIÓN

La investigación hace un análisis de los procesos de las diferentes actividades con el propósito de medir el grado de relación entre el efecto de la cadena de valor y la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali 2019; la empresa de la palma aceitera en los últimos años ha pasado a ocupar en el ámbito de estudio como uno de los sectores con mayor desarrollo.

En ese sentido la actividad económica tiene un ciclo de producción y comercialización, lo que permite un estudio integral de la competitividad.

El estudio cumple los parámetros establecidos y cuenta con la estructura siguiente:

Capítulo I: En referencia a la descripción bajo los lineamientos del método deductivo, considerando el planteamiento del planteamiento del problema, formulación del problema, objetivo general y específicas, hipótesis general y específicas, justificación e importancia del estudio, viabilidad y limitaciones.

Capitulo II: Marco teórico y sus respectivos antecedentes de la investigación en el contexto global, nacional, bases teóricas, bases filosóficas, bases epistémicas, definiciones conceptuales.

Capitulo III: Marco metodológico, el método de estudio empleado, tipos, niveles, enfoque, diseño de la investigación, población y muestra; instrumentos de recopilación de datos, tratamiento de datos.

Capitulo IV: Cuyo contenido reflejan los resultados y discusión Conclusiones arribadas de la investigación.

Sugerencias propuestas.

Anexos.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x
ÍNDICE	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xv
CAPITULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2.1. Problema General.....	3
1.2.2. Problemas Específicos	3
1.3. OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.3.1. Objetivo General.....	4
1.3.2. Objetivos Específicos	4
1.4. HIPÓTESIS Y/O SISTEMA DE HIPÓTESIS.....	5
1.4.1. Hipótesis General	5
1.4.2. Hipótesis Específicas.....	5
1.5. VARIABLES	5
1.5.1 Variable Independiente	5
1.5.2 Variable Dependiente.....	5
1.6. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	6

1.7. VIABILIDAD	6
1.8. LIMITACIONES.....	6
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. ANTECEDENTES.....	7
2.2. BASES TEÓRICAS.....	16
2.3. BASE O FUNDAMENTO FILOSÓFICO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	24
2.4. DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	25
2.5. BASES EPISTÉMICAS.....	28
CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO	29
3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	29
3.2 DISEÑO Y ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN	30
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	30
3.4 DEFINICIÓN OPERATIVA DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	31
3.5 TÉCNICAS DE RECOJO, PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS	32
CAPITULO IV. RESULTADOS.....	34
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	78
CONCLUSIONES.....	79
SUGERENCIAS.....	81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	82
ANEXOS	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Operacionalización de las variables_____	31
Tabla 2.	Tecnología de nivel alto – I _____	34
Tabla 3.	Tecnología de nivel alto – II _____	36
Tabla 4.	Tecnología de nivel alto – III_____	38
Tabla 5.	Tecnología de nivel medio – I _____	40
Tabla 6.	Tecnología de nivel medio – II _____	42
Tabla 7.	Tecnología de nivel medio – III _____	44
Tabla 8.	Tecnología de nivel bajo – I _____:	46
Tabla 9.	Tecnología de nivel bajo – II _____	48
Tabla 10.	Tecnología de nivel bajo – III_____	50
Tabla 11.	Maquinarias y equipos – I _____	52
Tabla 12.	Maquinarias y equipos – II_____	54
Tabla 13.	Maquinarias y equipos – III_____	56
Tabla 14.	Transporte – I _____	58
Tabla 15.	Transporte – II _____	60
Tabla 16.	Transporte – III_____	62
Tabla 17.	Producto – I _____	64
Tabla 18.	Producto – II _____	66
Tabla 19.	Producto – III _____	68
Tabla 20.	Contingencia Cadena de valor*Competitividad _____	70
Tabla 21.	Pruebas de chi-cuadrado – Cadena de valor* Competitividad _____	71
Tabla 22.	Contingencia Tecnología Nivel Alto * Maquinarias y equipos_____	72

Tabla 23.	Pruebas de chi-cuadrado – Tecnología Nivel Alto *	
	Maquinarias y equipos _____	73
Tabla 24.	Contingencia Tecnología Nivel Medio * Transporte_____	74
Tabla 25.	Pruebas de chi-cuadrado – Tecnología Nivel Medio *	
	Transporte _____	75
Tabla 26.	Contingencia Tecnología Nivel Bajo * Productos_____	76
Tabla 27.	Pruebas de chi-cuadrado – Tecnología Nivel Bajo* Productos	
	_____	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Tecnología de nivel alto – I_____	34
Figura 2.	Tecnología de nivel alto – II_____	36
Figura 3.	Tecnología de nivel alto – III_____	38
Figura 4.	Tecnología de nivel medio – I_____	40
Figura 5.	Tecnología de nivel medio – II_____	42
Figura 6.	Tecnología de nivel medio – III_____	44
Figura 7.	Tecnología de nivel bajo – I_____	46
Figura 8.	Tecnología de nivel bajo – II_____	48
Figura 9.	Tecnología de nivel bajo – III_____	50
Figura 10.	Maquinarias y equipos – I_____	52
Figura 11.	Maquinarias y equipos – II_____	54
Figura 12.	Maquinarias y equipos – III_____	56
Figura 13.	Transporte – I_____	58
Figura 14.	Transporte – II_____	60
Figura 15.	Transporte – III_____	62
Figura 16.	Producto – I_____	64
Figura 17.	Producto – II_____	66
Figura 18.	Producto – III_____	68

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El panorama mundial de la cadena de valor está enfocado al proceso de transformación, comercialización, que resultan altamente competitivo y globalmente descentralizados, donde el consumidor ejerce control sobre los parámetros que deben cumplir los productos a adquirir y las empresas y pequeños productores agropecuarios que conforman la cadena adoptan y ponen en práctica dichos parámetros.

En ese contexto en Latinoamérica, el esquema de la cadena de valor tiene ciertas complicaciones para adoptar a dinamizar todos los procesos de producción y comercialización de la palma aceitera, estas integran a los proveedores de servicios e insumos, productores de palma, extractores de aceite de palma, industriales, comercializadores y el consumidor final.

Las empresas palmicultores en el país han tenido un desarrollo significativo lo que implica conocer y optimizar los procesos de la cadena de valor, que permita optimizar la gestión e incrementar la productividad, en el que se incorporen tecnología de nivel alto, medio y bajo, con la participación en el proceso de producción con maquinarias que puedan mejorar y reducir costos, por otro las cosechas de los frutos de la palma aceitera sean transportadas por vehículos facilitando el traslado hacia la fase de transformación, sin embargo si bien pueden integrar la tecnología, maquinaria, vehículos para su transporte, carecen de instrumentos gerenciales o no cuentan con profesionales

idóneos en el campo de la transformación y comercialización de la palma aceitera generando dificultades en cuanto a la competitividad en los procesos.

Las organizaciones agrarias del sector de la palma aceitera del distrito de Neshuya vienen implementado en sus actividades productivas desde la instalación hasta la cosecha del racimo de fruto fresco (RFF) de palma aceitera, incluye desde el diseño, producción, comercialización, distribución y asistencia técnica, donde cada una de las etapas es conocida como un eslabón, la implementación y articulación entre los diferentes eslabones en la cadena de valor es fundamental para incrementar la competitividad que se sustenta en la productividad e innovación de la palma aceitera.

Ante la falta de una validación del paquete tecnológico, los bajos niveles en plantación por hectárea año, la débil asociatividad, el abandono de las plantaciones en campo convirtiéndose en palmeros de cosecha que conlleva a la reducción de la rentabilidad como consecuencia de la caída de los precios del aceite crudo de palma (ACP), o de acuerdo a la coyuntura el incremento de los precios lo cual genera una ventaja competitiva al sector.

Estas fluctuaciones externas ponen en riesgo la productividad del área cultivada en toneladas por hectárea al año, afecta la rentabilidad socioeconómica de las familias involucradas, generando pérdida de puesto de trabajo generado a través del cultivo y mitiga el desarrollo alternativo e inclusivo iniciado en el sector agrícola, tal como se suscitó en la pandemia desatada por el COVID-19.

De ahí que el comportamiento de los costos de cada actividad

genere valor, como la fase de transformación del fruto de la palma, conlleva a extraer el aceite de la pulpa, sus derivados también son empleados en sub productos, lo que requiere de tecnología, de recursos humanos calificados que puedan cumplir con los parámetros establecidos para su comercialización en el mercado nacional.

Si bien desde la competitividad el sector de la palma aceitera tiene ventajas porque existe una demanda a nivel internacional, lo que asegura la demanda a nivel nacional e internacional, porque el aceite de la palma se utiliza para el consumo, por otra parte, se emplea como biocombustible, lo que implica que los precios se mantengan de manera sostenida.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema General

- ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la cadena de valor y la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región de Ucayali 2019?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿Cuál es la relación que existe entre la tecnología de nivel alto para realizar labores agronómicas, maquinarias y equipos para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región 2019?
- ¿Cuáles es la relación que existe entre la tecnología de nivel medio en el uso de fertilizantes sintéticos y transporte para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el

distrito de Neshuya, Región de Ucayali 2019?

- ¿Cuál es la relación que existe entre la tecnología de nivel bajo en la instalación del cultivo de palma y los productos que se cosechan para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali 2019?

1.3. OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.3.1. Objetivo General

- Analizar el grado de relación que existe entre la cadena de valor en la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región 2019.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar la relación que existe entre la tecnología de nivel alto para realizar labores agronómicas, maquinarias y equipos para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región 2019.
- Identificar la relación que existe entre la tecnología de nivel medio en el uso de fertilizantes sintéticos y transporte para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región de Ucayali 2019.
- Establecer la relación que existe entre la tecnología de nivel bajo en la instalación del cultivo de palma y los productos que se cosechan para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región de Ucayali 2019.

1.4. HIPÓTESIS Y/O SISTEMA DE HIPÓTESIS

1.4.1. Hipótesis General

- Existe grado de relación entre la cadena de valor y la competitividad del cultivo de palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región de Ucayali 2019.

1.4.2. Hipótesis Específicas

- Existe grado de relación significativa entre la tecnología de nivel alto para realizar labores agronómicas, maquinarias y equipos para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región 2019.
- Existe grado de relación significativa entre la tecnología de nivel medio en el uso de fertilizantes sintéticos y transporte para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región de Ucayali 2019.
- Existe grado de relación significativa entre la tecnología de nivel bajo en la instalación del cultivo de palma y los productos que se cosechan para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali 2019.

1.5. VARIABLES

1.5.1. Variable Independiente

Cadena de Valor

1.5.2. Variable Dependiente

Competitividad

1.6. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El presente trabajo de investigación va a permitir identificar el grado de relación existente entre la cadena de valor en la competitividad de la palma aceitera que inciden de manera conjunta ante la producción y productividad con enfoque hacia estándares de calidad y la mejora continua de las 95 familias aproximadamente como muestra poblacional. Para el desarrollo del proyecto se requiere evaluar el nivel tecnológico implementado en el cultivo de palma aceitera (*Elaeis guineensis*) como indicador de la cadena de valor; maquinarias y equipos, transporte y producto como indicador de la competitividad de las organizaciones agrarias, a través de estudios estadísticos, que permitan determinar el impacto socioeconómico y productivo de la cadena de valor y la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*).

1.7. VIABILIDAD

La viabilidad, debido a la conectividad y acceso a las unidades de análisis: Asociación de Productores Agropecuarios La Villa y Asociación de Productores Agropecuarios Industriales Monte de los Olivos, organizados y formalizados, ubicados en el distrito de Neshuya, provincia de Padre Abad, departamento de Ucayali.

1.8. LIMITACIONES

La limitación, al sesgo de la información al momento de la encuesta encampo por parte de los Palmicultores seleccionados según muestra.

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 NIVEL INTERNACIONAL

La tesis de la Junta de Andalucía (2019) en España, titulado “Cadena de Valor”, concluye que las empresas venden porque algunas personas prefieren comprar sus productos a los de la competencia, es decir, han logrado crear el valor agregado necesario para hacerlos más atractivos. Los recursos y las capacidades agregan valor si se pueden vincular a uno o más factores críticos de éxito en un departamento: deberían ayudar a la organización a crear valor para sus clientes y/o superar a la competencia. Además, para que una ventaja competitiva sea sostenible, los competidores no pueden transferirla o copiarla fácilmente. Al desglosar las empresas en actividades, podemos analizarlas mejor internamente, descubrir fuentes existentes y potenciales de ventaja competitiva y comprender mejor el comportamiento de los costos. Y de esa forma, mejorar o aprovechar dicha competencia y encontrar formas de reducir dichos costos. De esta forma, la cadena de valor trata de identificar las fortalezas y debilidades de la empresa y comprender cómo cada una de ellas ayuda o dificulta el logro de los objetivos de la organización.

La tesis de Ramírez (2021), en Colombia titulada “Estrategias empresariales y cadena de valor en mercados sostenibles: una revisión teórica”, tiene como resumen. Una nueva era de conocimiento, globalización e innovación, anima a las organizaciones a luchar por la competitividad y la sostenibilidad. Por lo tanto, este

trabajo intenta describir las estrategias comerciales en las cadenas de valor para lograr capacidades compartidas para lograr la sostenibilidad en el tiempo. Perspectiva constructivista Se utiliza la hermenéutica como método, como técnica de recolección y análisis de datos, la interpretación basada en métodos pos positivistas, brinda la oportunidad de comprender el conocimiento de las variables estudiadas y la realidad global del sistema a partir del método analítico. Describir la teoría reflexiva clásica y actual sobre este tema. Los resultados muestran que la estrategia empresarial en cadenas de valor requiere identificación de oportunidades y amenazas, conocimiento de elementos y recursos, así como construcción de capacidades, caracterización de grupos de interés y creación de alianzas estratégicas. Se concluye que es coherente considerar la interacción de las estrategias de la cadena de valor, aunque pueden operar de forma aislada o tomar la forma de procesos, y que su relevancia variará según el tiempo de ejecución, actores y estrategias, la organización uso responsabilidades implementadas y parámetros de control de evaluación.

La tesis de Vergara *et al.*, (2019), en Chile titulado “Marketing Responsable: Ventaja Distintiva en la Cadena de Valor de las Organizaciones”, tiene como resumen: El propósito de este documento es explorar el marketing responsable como un activo responsable como un activo distinto en la cadena de valor de una organización. Esto se basa entre otras cosas, en la necesidad de adaptar la empresa a la importancia operativa de esta ciencia de gestión, esencialmente para aumentar teóricamente el valor de costo

inicial de su producto como servicio. El contexto se categoriza con base en Eguidazu (2004), García (2003), Vargas (2005), Torrecilla (2000) y Hill y Jones (2005) *et al.*, teorías integrales. Actividades principales y auxiliares. El método utilizado es un documental descriptivo. Se puede concluir que el marketing responsable, como clara ventaja en la cadena de valor de la organización, se beneficia de la buena gestión que aplica la organización, evalúa los rumbos de acción, valoración y oportunidades para desarrollar las estrategias necesarias, apoya la capacidad empresarial en la cadena de valor y cualitativa e innovadora. trabajo que formule una gestión responsable eficaz en las organizaciones, con una visión lateral de la empresa, utilizando esta corriente de marketing actualizada como herramienta de acción en la producción y la integridad del producto; edición, embalaje y etiquetado; Marketing y publicidad; contrato de venta; precio.

La tesis de Romero (2020), en Chile, titulado “Factores determinantes de competitividad e integración organizacional: revisión sistemática exploratoria”, tiene como resumen: una revisión sistemática de la literatura de investigación relacionada con los factores de competitividad e integración organizacional desde 2013 hasta 2019. Esto se hace sobre la base de la información proporcionada en las principales bases de datos bibliográficas. Los resultados muestran registros relacionados con temas en América Latina, Europa y Asia. Se evidencia un aumento en el número de artículos en bases de datos relacionados con temas de investigación.

Se identificaron 23 factores de competitividad, entre los que se

destacaron la estructura entre y cooperación de las empresas, la gestión de marketing y la introducción de tecnologías innovadoras en la producción. Asimismo, se encontraron 17 factores que contribuyen a la integración organizacional, tales como la gestión de las relaciones estratégicas de las empresas, la coordinación al interior de las empresas y la implementación de sistemas de gestión de la calidad.

Esta revisión ayuda a construir capacidades organizacionales para desarrollar competitividad e integración de procesos.

La tesis de Medeiros (2019) titulada: La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo en Brasil, tiene por título "La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo", tiene como resumen: Este artículo proporciona un análisis comparativo y econométrico de la competitividad de los países en desarrollo e identifica sus determinantes y fuentes de cambio. Se utiliza un método de análisis envolvente de datos para generar la medida de competitividad. Los determinantes de la competitividad se derivan utilizando el modelo Tobit basado en el enfoque de competitividad sistemática. Dado el bajo nivel medio de competitividad, los principales resultados muestran que gran parte de los países de la muestra han mejorado la asignación de recursos. Además de factores empresariales como la innovación y la madurez del entorno empresarial, algunos factores estructurales como el tamaño del mercado y localidad de la demanda y factores sistémicos como la infraestructura, la salud, la educación, la formación manual de la mano de obra y el entorno macroeconómico son factores que aumentar la

competencia en los países en desarrollo. una condición importante de la fuerza.

La tesis de Díaz (2021), en Ecuador, titulado “La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones”, tiene como resumen: La competitividad es una de las condiciones más valoradas y buscadas por los líderes organizacionales, quienes son conscientes de las crecientes necesidades y expectativas de clientes cada vez más exigentes y complejos que buscan su mejor arma de combate para lograr el dominio en la empresa, mercado y asegurar su perdurabilidad en el mediano y largo plazo. El propósito de este estudio es brindar un documento de fácil lectura y comprensión que permita comprender la importancia de la competitividad como factor de crecimiento organizacional. Con este fin, el artículo comienza con una revisión bibliográfica basada en las teorías y perspectivas de varios autores sobre los temas discutidos, seguida de un análisis de las posiciones de los autores utilizando métodos descriptivos, relevantes y cualitativos.

Los temas tratados en el texto incluyen la competitividad y la estrategia empresarial, el liderazgo con competitividad, la productividad como determinante, los factores que reducen la competitividad, la globalización y la importancia del capital humano.

En base al análisis realizado se concluyó que la competitividad ya no es un concepto estático que se enfoca en aspectos de carácter financiero, ahora se valora mucho la conexión entre los activos intangibles, la calidad de los recursos humanos y la motivación de los empleados y, por ende, gestión, liderazgo empresarial es un factor determinante y una de las razones por las que algunas organizaciones

no alcanzan el nivel de competitividad requerido o deseado.

2.1.2 NIVEL NACIONAL

La tesis de Aban *et al.*, (2019), en Ecuador, tiene por título “Cadena de valor de la producción lechera, caso distrito de Ocros – Ancash – Perú – 2018”, tiene como resumen: analizar la situación actual de la cadena de valor de la producción láctea en la Región Ocros. En este estudio, utilizando un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y transversal, se recopiló información mediante métodos de encuesta y se elaboró un cuestionario semiestructurado que se aplicó a una muestra probabilística de 86 familias de la cadena de valor; resultados usando SPSS v.25. Se concluye, que el nivel de producción de leche en la región de Ocros es bajo debido a que los pastos y forrajes no son óptimos para la producción de leche y además aún existen situaciones que requieren la intervención de las autoridades locales y del gobierno regional de Ancash para aumentar el agua , suministrar, mejorar caminos y accesos; apoyo profesional a los productores en materia de mercadeo y ventas; y participantes de la cadena de valor para mejorar las condiciones de almacenamiento de materias primas y sus productos terminados; estos problemas necesitan ser resueltos urgentemente.

La tesis de Chupillón *et al.*, (2019) en Ecuador, tiene por título “Cadena de Valor y Comercialización Internacional en el sector alpaquero, Arequipa- 2018”, tiene como resumen: describir cómo la cadena de valor incide en el marketing internacional de la Industria Alpaquero, Arequipa-2018. Nuestro estudio de la cadena de valor

hace referencia a los autores Porter y Yucra, quienes mencionaron que un producto pasa por varios procesos logísticos hasta llegar a la comercialización, lo que genera un valor agregado, y dentro de las alpacas, la cría de camellos es muy importante en esta cadena. Por otro lado, en lo que respecta a la variable de marketing internacional, se considera a Salinas su amplio aporte al conocimiento del tema, pues demuestra que el marketing internacional une a los países a través del uso de la moneda para alpaca. El tipo de estudio fue un diseño no experimental descriptivo. La población estuvo constituida por la industria alpaquera de Arequipa, y la muestra estuvo conformada por 73 trabajadores de esta industria. El método utilizado para la recolección de datos es una encuesta, instrumento mediante un cuestionario en escala de Likert, validado por la evaluación de expertos de la Universidad Profesor Cesar Vallejo, su confiabilidad está determinada por el alfa de Cronbach, el cual tiene un valor de confiabilidad de 0.809 para la cadena de valor y variables de marketing internacional y 0,627 respectivamente; Se utilizó el sistema estadístico SPSS para confirmar las dimensiones. Los resultados obtenidos muestran que la cadena de valor incide directamente en la comercialización internacional del sector de la Alpaca en Arequipa-2018, con un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.681 y por tanto una correlación estadísticamente significativa. La hipótesis nula fue rechazada porque el valor de significancia era igual a 0,000 y por lo tanto menor que $p(p < 0,01)$.

La tesis de Flemming (2019) en Ecuador, titulado "Gestión por procesos y la cadena de valor en la industria farmacéutica", tiene como

resumen: Esfuerzos analíticos y de desarrollo desde 2015, involucrando a líderes científicos, investigadores clínicos, gerentes de investigación y administradores del sector público y privado, con el objetivo de introducir nuevas áreas de negocio en los Laboratorios G y F Farma, involucrando a los principales actores de la industria farmacéutica peruana. coopera con líderes de gestión responsables que representan todas las áreas de comercialización y producción en el sector farmacéutico público y privado. Durante el desarrollo del proyecto se identificó la necesidad de medicamentos que no están disponibles en el mercado peruano y se han convertido en un obstáculo para el desarrollo de otras áreas de trabajo; año, no se aprovecha la necesidad de introducir herramientas técnicas industriales que se utilizan en el trabajo diario de la empresa analizada, lo que se ha convertido en una limitación importante. Para lograrlo, se creó la Serie de Productos Estratégicos para Hospitales (PEH), que inicialmente (junto con su antecesora) se centró en productos relacionados con especialidades como oncología, hematología, oncología, endocrinología, y luego desarrolló especialidades y necesidades adicionales. ambos departamentos están establecidos en la especialidad de enfermedades raras y enfermedades huérfanas y raras (EHR).

La tesis de Chiri (2021) en Ecuador, titulado “Benchmarking, la competitividad”, tiene como resumen: La innovación tecnológica es la base de la competitividad. Un requisito previo para la competitividad nacional es una mejora continua en el entorno empresarial, que se puede medir en términos de investigación y desarrollo, una fuerza

laboral altamente capacitada y otros indicadores, como solicitudes de patentes y crecimiento de la producción, que no se pueden atribuir a aumentos de precios, trabajo, capital y factores naturales de producción tales como recursos.

La tesis de Marquina (2019) en Ecuador, titulado “Ranking de Competitividad Digital Mundial 2019”, tiene como resumen: evaluar la capacidad de un país para adoptar y explorar tecnologías digitales como un impulsor clave del cambio empresarial, gubernamental y socioeconómico. La calificación se basa en tres pilares: conocimiento, tecnología y preparación para el futuro. En esta nueva edición, Perú se mantiene en el último lugar, aunque ha mejorado su puntaje general de 48,1 a 54,0 en una escala de 0 a 100. Este año se encuentra en el puesto 61, un puesto por debajo del año pasado.

La tesis de Vargas (2019), en Ecuador titulado “Diagnóstico de competitividad organizacional y estrategias para incrementar la competitividad de la empresa World Fruit Peruvian Product, Huaura, 2017”, tiene como resumen: Establecer de qué manera el diagnóstico de competitividad organizacional influye en las estrategias para incrementar la competitividad de la empresa World Fruit Peruvian Product, Huaura, 2017. Métodos: La población está representada por 27 trabajadores de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura. Se utilizó la técnica de la encuesta e instrumento un cuestionario. Se consideraron las dimensiones: control de calidad convencional, normalización, mejora, excelencia, eliminar vulnerabilidad, rediseñar sistemas, posicionar agresivamente sus ventajas competitivas, lograr la calidad en los servicios, e incrementar

constantemente los resultados vitales de la organización. La confiabilidad del instrumento se realizó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach(0,871). Se utilizó la correlación de Rho Spearman.

Resultados: Respecto a la variable “Diagnóstico de competitividad organizacional”, el 92,6% manifestó que la empresa no cuenta con sistemas operativos y administrativos para un control de calidad, el 92,6% manifestó que no se administra por objetivos e indicadores, el 81.5% opinó que todo el personal no cuenta con objetivos claros y específicos, el 81,5% determino que la empresa no es líder en su mercado. Así mismo, respecto a la variable “Estrategias para incrementar la competitividad”, el 96,3% manifestó que no se ha realizado un análisis FODA de la empresa, el 96,3% manifestó que no se hacen revisiones y mejoramientos permanentes a los sistemas de la empresa, el 92,6% manifestó que la empresa no se preocupa por tener algunas ventajas competitivas en el mercado sobre los demás competidores. Conclusión: Con el estudio se determinó que existe una correlación muy fuerte y muy significativa ($p = 0,000 < 0,05$; $r = 0,825$), por lo que se concluye que el diagnóstico de competitividad organizacional influye significativamente en las estrategias para incrementar la competitividad de la empresa World Fruit Peruvian Product, Huaura, 2017.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 CADENA DE VALOR

Según, Springer *et al.*, (2007), “El mapa de la cadena de valor es una representación visual simplificada de los distintos actores e

interacciones que ocurren para llevar un producto desde su etapa inicial hasta el consumidor final, y sirve como punto de partida para desarrollar una estrategia de mejoramiento, ya que permite identificar las relaciones comerciales y los flujos de producto entre los actores, así como los servicios prestados dentro del sistema”.

Según, Arimany (2010), una cadena de valor es principalmente una herramienta analítica en las organizaciones, a través de la cual podemos desglosar una empresa en sus componentes para identificar actividades que crean valor y crear una ventaja competitiva. Una empresa tiene una ventaja competitiva si logra desarrollar e integrar las actividades o segmentos de su cadena de valor, reducir costos y agregar valor competitivo a sus productos o servicios.

Según, Velasco (2017), una cadena de valor es una herramienta sistemática o un medio por el cual se pueden analizar las fuentes de ventaja competitiva, es decir una cadena de valor puede dividir una empresa en actividades estratégicamente importantes para comprender su comportamiento de costos, así como las fuentes actuales y potenciales de diferenciación.

Según, Gottret (2011), el objetivo básico de una cadena de valor es agregar valor a sus productos, ya sea calidad, diferenciación, innovación, etc., aumentará la utilidad neta de toda la cadena de valor.

Según, Chávez (2012), definiendo la cadena de valor es el vínculo entre todos los actores que intervienen en la producción, transformación y comercialización de un producto, partiendo de la

producción primaria, pasando por los distintos niveles de transformación y mediación, y finalizando en el consumo final acompañado de los prestadores de servicios.

Según, Inocente (2019), la cadena productiva es un sistema constituido por diversos actores los cuales se encuentran interrelacionados entre sí y también por una sucesión de actividades u operaciones de provisión de insumos, producción, transformación y comercialización de un producto dado. Todo esto entorno a actividades de un producto o servicio en su camino al consumidor final. Además, las actividades y etapas que la componen tienen diversos flujos de información, capital y tecnología representados por factores críticos de éxito o fracaso para la cadena.

Según, Andalucía (2019), “La cadena de valor permite identificar y analizar actividades con una importancia estratégica a la hora de obtener alguna “ventaja competitiva”. Dependiendo del criterio que utilicemos a la hora de desagregar y analizar dichas actividades, podremos obtener distintos tipos de “cadenas de valor” para una misma empresa. Cada uno de estos tipos, tiene sus ventajas e inconvenientes por lo que, dependiendo de la empresa, unos tipos de cadenas serán más adecuados que otros”.

Según, Nutz *et al.*, (2016), “Una cadena de valor describe la gama de actividades que se requiere para llevar un producto o servicio desde su concepción, pasando por las fases intermedias de la producción y la entrega hasta los consumidores finales y su disposición final después de su uso.” Esto incluye actividades tales como el diseño, la producción, la comercialización, la distribución y

los servicios de apoyo hasta llegar al consumidor final. Las actividades que constituyen una cadena de valor pueden estar contenidas dentro de una sola empresa o divididas entre diferentes empresas, dentro de una única ubicación geográfica o distribuidas en áreas geográficas más amplias”.

Ciclo de desarrollo de la cadena de valor

Según, Nutz (2016), “El enfoque sugerido por la presente guía general consta de cinco pasos principales para la organización de una iniciativa de desarrollo de las cadenas de valor. Dichos pasos pueden considerarse como las fases del ciclo de un proyecto, teniendo en cuenta que la innovación nunca es final, sino que es necesario un proceso continuo de aprendizaje para mantener a los sectores y sus cadenas de valor competitivos en el mercado y mejorar la situación de los grupos desfavorecidos dentro de la cadena de valor.

Según, Arnedo (2012), “Frente a un mercado saturado de oferentes, solo algunos pueden sobrevivir a los cambios que genera el entorno global, de la apertura de nuevos mercados y el juicio cada vez más exigente de los consumidores o clientes de productos y servicios; para ello es necesario contar con herramientas que se orienten a la generación de valor de las organizaciones en cada uno de sus procesos y maneras más coherentes en la gestión empresarial. La búsqueda de las estrategias que permitan la sostenibilidad y la explicación del comportamiento de las organizaciones inicia con la revolución industrial debido al cambio,

la aceleración de la economía y nuevas fuentes de riqueza para los países, es por tanto que se demandaba una manera de administrar los recursos de manera que se produjera la mayor eficiencia en las operaciones que se llevaran a cabo en las empresas nacientes de la época y con el mayor valor añadido para los clientes”.

2.2.2 COMPETITIVIDAD

Según, Anzil (2023), esta definición se refiere al análisis de la competitividad económica internacional de un país o región económica. Análogamente al concepto de competitividad aplicado a una empresa, la competitividad de un país se refiere a su capacidad de vender productos o servicios en el mercado internacional, en relación a los otros competidores en el mercado. La competitividad de un país estaría determinada por la suma de la competitividad de las firmas de ese país. Los conceptos de ventajas comparativas y ventajas competitivas mencionados arriba también se aplican al caso de un país.

Según Ferraz et al., (1966), “La competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible. Esas capacidades están relacionadas con diversos factores, controlados o no por las empresas, que van desde la capacitación técnica del personal y los procesos gerenciales - administrativos hasta las políticas públicas, la oferta de infraestructura y las peculiaridades de la demanda y la oferta”.

Según, Meraz (2015), la competitividad tiene varios modelos, caracterizados principalmente por enfoques macroeconómicos y microeconómicos; el primero se refiere a sectores, industrias o países, mientras que el segundo se refiere a empresas. Aquí hay algunos casos presentados por una variedad de autores, desde aquellos que abordan la penetración de mercado, la tecnología, los competidores, los costos, la localización y los procesos hasta los que abordan temas de productividad.

Según, Gómez (2011), se necesitan modelos basados en conceptos modernos de empresas y personas, que permitan resolver problemas empresariales utilizando herramientas prácticas o técnicas de operación y producción, asegurando la competitividad geográfica, temporal y cultural.

Según, Choque (2019), las organizaciones tienen una capacidad llamada competitividad, que se refiere a la capacidad de una organización para satisfacer a los consumidores internos y externos brindándoles servicios y productos de calidad, enfocándose no en precios bajos sino en unidades diferenciadas que le permitan obtener más que sus competidores. tener una ventaja competitiva. Para que una organización sea competitiva, debe aumentar la eficiencia de sus sistemas de producción y utilizar los recursos que utiliza en bienes o servicios para lograr una mayor productividad.

Según, Quintal (2010), la globalización de la economía nos ha creado enormes desafíos en términos de competitividad, moviendo la estructura de competencia del nivel local al nivel global, obligando a las organizaciones a actuar más rápido para seguir el entorno

cambiante, ser más flexibles y tratar de mejorar estrategias tales como: benchmarking para la evaluación comparativa y la realización de comparaciones adecuadas para evaluar la situación de la empresa, aprender y adaptar prácticas de gestión eficaces en todas las áreas de la organización y crear valor para lograr una ventaja competitiva.

Según, López (2016), en cuanto al origen del concepto de competitividad, se cree que ha surgido en paralelo en dos frentes: desde una perspectiva macroeconómica, es decir, desde el punto de vista de la administración pública, y desde la forma en que utiliza los instrumentos económico - políticos para crear competitividad, entorno favorable para los resultados de las empresas de la región, desde el punto de vista microeconómico, la propia empresa se ve obligada a mejorar la eficiencia, la productividad, la calidad, etc., con el fin de alcanzar un mejor nivel de desempeño que los competidores.

Ventajas de la Competitividad

Según, Anzil (2023), sostiene que “las ventajas son los elementos que permiten tener mayor productividad en relación a los competidores. Las ventajas se pueden clasificar en ventajas comparativas y ventajas competitivas. Las ventajas comparativas surgen de la posibilidad de obtener con menores costos ciertos insumos, como recursos naturales, mano de obra o energía. Las ventajas competitivas se basan en la tecnología de producción, en los conocimientos y capacidades humanas. Las ventajas competitivas se crean mediante la inversión en recursos humanos

y tecnología, y en la elección de tecnologías, mercados y productos”.

De acuerdo a Medeiros *et al.*(2019), en la tesis titulada: La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo, tiene como resumen “El desempeño y la eficiencia productiva de las empresas estarían ligados a la capacitación acumulada a lo largo del tiempo, que incidiría en sus estrategias competitivas. Estas, a su vez, se adoptarían de acuerdo con el ambiente económico y el proceso competitivo en el cual se insertaría la empresa. De esta forma, la competitividad se entendería como una medida que abarca no solo una determinada empresa, sino que está directamente relacionada con el patrón de competencia de un mercado específico. Los patrones de competencia estarían influenciados por la composición del ambiente competitivo de la empresa, es decir, por los componentes estructurales y conductuales de un determinado sector o sistema económico. Estos patrones derivan de la interdependencia entre las empresas o sectores competitivos a través de complementariedades tecnológicas, restricciones y estímulos al flujo de bienes, además de la disponibilidad de infraestructura, leyes, sistemas de planificación y políticas industriales, entre otros. La competitividad sería la capacidad de adaptación de las estrategias de las empresas al patrón de competencia vigente en el ramo en que actúan”.

Según, Anzil, (2023), señala que “La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los

insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país”.

Por otro lado, Charry *et al.*, (2020), señala que: “De igual manera, es necesario resaltar el compromiso y los esfuerzos que los actores regionales y el gremio palmero JUNPALMA han venido desarrollando para fortalecer la sostenibilidad ambiental del sector y el bienestar de los pequeños y medianos productores, quienes han estado vinculados apoyando conceptual y estratégicamente el desarrollo de este proyecto desde sus primeras etapas. Su trabajo busca realzar las ventajas competitivas y las características específicas en las que se ha desarrollado el sector palmero en el país, siendo la palma aceitera un cultivo de sustitución que ha permitido mejorarlas condiciones de vida de un segmento importante de la población de la Amazonia peruana, y jalonado el desarrollo de industrias y regiones bajo principios de asociatividad, construcción de tejido social y competitividad. En este sentido, el proyecto busca apoyar sus iniciativas suministrando información alusiva a la importancia del desarrollo del sector palmero en la Amazonia a las distintas partes interesadas y a la sociedad civil”.

2.3 BASE O FUNDAMENTO FILOSÓFICO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

La cadena de valor y competitividad son ejes fundamentales para el desarrollo empresarial, con mayor énfasis en el sector de la palma aceitera,

en ese sentido las bases filosóficas se sostienen en lo mencionado por (Arnedo, 2012).

Los ejes de competitividad, son directrices estructurales por las que compiten las empresas, son mecanismos bajo los cuales las empresas adecuan sus procesos con el fin de llegar a la excelencia y ser más sostenibles en mercados cambiantes, bajo toda la historia de la administración se ve como los estudiosos han buscado esos mecanismos que permitan la mayor eficiencia empresarial, valiéndose de diferentes teorías o escuelas, como las teorías administración científica o la teoría de los recursos humanos, sin embargo, aunque ya cuenta con muchos años y ha sido enormemente mejorada la calidad total sigue siendo un eje de competitividad altamente usado, como el primero de los frentes estructurales en que compite cualquier negocio.

2.4 DEFINICIONES CONCEPTUALES

2.4.1 Asociaciones:

Son agrupaciones de personas constituidas para realizar una actividad colectiva de una forma estable, organizadas democráticamente, sin ánimo de lucro e independientes, al menos formalmente del Estado, los partidos políticos y las empresas.

2.4.2 Cadena de valor

La cadena de valor de su organización debe reflejar las estrategias del negocio. Por lo tanto, al momento de decidir cómo mejorar su cadena de valor, debe ser claro en cuanto las características que lo diferencian de sus competidores o,

simplemente, tener una estructura de costos más baja (Riquelme, 2020).

2.4.3 Competitividad

La competitividad tiene varios modelos, caracterizados principalmente por enfoques macroeconómicos y microeconómicos; el primero se refiere a sectores, industrias o países, mientras que el segundo se refiere a empresas. Aquí hay algunos casos presentados por una variedad de autores, desde aquellos que abordan la penetración de mercado, la tecnología, los competidores, los costos, la calidad y los procesos hasta los que abordan temas de productividad (Meraz, 2015).

2.4.4 Palma aceitera

Según, Arce (2012) “Botánicamente la palma de aceite se conoce con el nombre de *Elaeis guineensis*. Nombre dado por Jacquin en 1763, el género *Elaeis* es derivado de la palabra griega “Elaion”, que significa aceite y “*guineensis*”, hace honor a la región de Guinea de donde se considera originaria. Es una palmera, perenne, comienza a producir frutos a partir de los cuatro años, puede alcanzar un período de vida de más de cien años y llegara medir 15 ó 20 metros de altura. Sin embargo, bajo cultivo sólo se le permite llegar hasta 25 ó 30 años, que es cuando alcanzalos 13 metros de altura en promedio y es posible la cosecha del fruto.

2.4.5 Maquinarias y equipos

Todas las máquinas y equipos destinados al proceso de producción de bienes y servicios como: máquina de planta, carretillas de hierro y otros vehículos empleados para movilizar materias primas y artículos terminados (no incluye herramientas).

2.4.6 Producto

Es cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad (Pérez *et al.*, 2006).

2.4.7 Tecnología

Es el conjunto de procedimientos que permiten la aplicación de los conocimientos propios de las ciencias naturales a la producción industrial, quedando la técnica limitada a los tiempos anteriores al uso de los conocimientos científicos como base del desarrollo tecnológico industrial. (García *et al.*, 2001).

2.4.8 Transporte

Es la interacción de un material fijo, que confiere accesibilidad a determinadas zonas del espacio y a los usos que en ellas existan, con un material móvil que da movilidad a los contenidos transportables de los intervias. (Soria *et al.*, 2022).

2.5 BASES EPISTÉMICOS.

Las bases epistémicas de la investigación sobre la cadena de valor y competitividad en la palma se fundamentan en los señalado por Downes *et al.*, (1998) "Las nuevas fuerzas de la digitalización, de la globalización y de la desregularización están destruyendo las cadenas de valor de empresas de gran trayectoria. En industrias tan variadas como la banca, los seguros y las empresas de servicios públicos, la ventaja competitiva está siendo borrada por nuevos y a veces inesperados competidores, que usan como arma letal las aplicaciones de la tecnología digital para alterar radicalmente la ecuación. Para responder efectivamente, las empresas amenazadas deben hoy en día repensar totalmente sus cadenas de valor en vez de optimizarlas."

En ese sentido sobre las bases de la cadena de valor Porter (1985) sostiene que es "Conjunto de actividades generadoras de valor que realiza una empresa a fin de crear un producto para los compradores. Esto se logra reduciendo los costos a fin de que se maximice el margen en todos los eslabones ya que se emplean insumos, recursos humanos, tecnología, información y a la vez se originan activos financieros o pasivos".

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación es descriptiva, con método de investigación no experimental en el que analiza el grado de relación que existe entre la cadena de valor y la competitividad de la palma aceitera de enfoque cuantitativo, siendo una investigación de característica concluyente.

Maita *et al.*, (2019), en el campo de la investigación científica, resulta de suma importancia que el investigador conozca el tipo de enfoque que deberá poner en práctica con la finalidad de dar respuesta a un problema de investigación. El enfoque cuantitativo surgió de una rama de la filosofía llamada positivismo lógico, que funciona con reglas estrictas de lógica, verdad, leyes y predicciones. Sus investigadores sostienen que la verdad es absoluta y que una única realidad puede definirse por medición cuidadosa.

La metodología cuantitativa es una tecnología humana diseñada para explorar el medio social y natural. Con los productos de esta tecnología se toman decisiones de intervención o asignación de recursos que cambian ese medio que hemos explorado, favoreciendo o perjudicando los intereses de diversos grupos humanos.

Gómez (2006), elaborado el problema de investigación, preguntas, objetivos e hipótesis, se elabora el diseño y se selecciona la muestra que se utilizará en el estudio de acuerdo con el enfoque elegido, la siguiente etapa recolecta datos pertinentes de variables, sucesos, comunidades u objetos involucrados en la investigación.

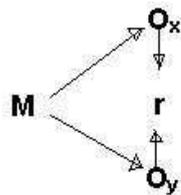
3.2 DISEÑO Y ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es correlacional no experimental porque se profundiza amplias teorías existentes en la realidad sobre la cadena de valor en la competitividad de la palma aceitera, transversal porque recoge información en un solo momento.

3.2.2 ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN

El esquema de la investigación es el siguiente:



Margen: 10%

Nivel de confianza: 99%

Población: 313

Tamaño de muestra: 95

Ecuación Estadística Para Proporciones Poblacionales

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 POBLACIÓN

La población, conceptualmente está referida a la agrupación total del caso que se pretenden estudiar, con una serie de características entre sí (Hernández *et al.*, 2010).

Para la presente investigación, la población estará constituida

por 218 socios de la Asociación de Productores Agropecuarios e Industriales La Villa y 95 socios de la Asociación de Productores Agropecuarios Industriales Monte de los Olivos, ambas asociaciones se ubican en el distrito de Neshuya, pertenecientes al Comité Central de Palmicultores de Ucayali.

3.3.2 MUESTRA

La muestra por lo general es extraída de la población a partir de alguna estrategia estadística. La muestra se estimó a 95 palmicultores, siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico, teniendo en cuenta el muestreo probabilístico.

3.4 DEFINICIÓN OPERATIVA DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Tabla 1

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN		INDICADORES
INDEPENDIENTE (X) Cadena de valor	La cadena de valor, se refiere a las actividades funcionales de una empresa que agrega valor a sus clientes	Esta variable se va medir mediante un cuestionario de elaboración propia para este estudio	Tecnología de nivel alto		Labores agronómicas Calendarización de la fertilización Requerimiento nutricional
			Tecnología de nivel media		Fertilizantes sintéticos Abono orgánico Labores de mantenimiento
			Tecnología de nivel bajo		Labores de instalación del cultivo Fertilización anual Cosechas al año
DEPENDIENTE (Y) Competitividad	La competitividad es la capacidad de las personas, las organizaciones y las naciones para lograr resultados y en particular, para agregar valor, mientras se usan las mismas o insumos	Esta variable se va medir mediante un cuestionario de elaboración propia para este estudio	Maquinaria y equipos		Labores de manejo Actividades agronómicas
			Transporte		r Vías y accesos
			Producto	Re	Rendimiento Transitabilidad
					T

3.5 TÉCNICAS DE RECOJO, PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS

3.5.1 RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recopilación de los datos se utilizó como técnica de acuerdo con el enfoque cuantitativo, siendo el más idóneo para este enfoque la encuesta. Asimismo, se ha empleado como instrumento el cuestionario de 09 preguntas para la variable principal de acuerdo con las dimensiones e indicadores; por otro lado, para la variable secundaria se planteó 09 preguntas en función a la dimensión e indicadores identificados.

- **ENTREVISTAS:** Se entrevistó a los palmicultores de la Asociación de Productores Agropecuarios e Industriales La Villa y la Asociación de Productores Agropecuarios Industriales Monte de los Olivos, quienes son conocedores del problema en estudio.
- **OBSERVACIÓN DIRECTA:** Se visitó las zonas en estudio para identificar las características del problema. La recolección de datos se hará de manera personalizada.
- **ANÁLISIS DOCUMENTAL:** Esta técnica es empleada para el análisis y estudio de los diversos documentos (impresos, electrónicos) que contiene información relevante sobre los factores que inciden en la rentabilidad.

3.5.2 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Para la confiabilidad y validez del instrumento (cuestionario), utilizamos la prueba Alfa de Cronbach, es la estadística preferida para obtener una estimación de la confiabilidad de consistencia interna, y se usa como una medida de confiabilidad, en parte, debido

a que se requiere de una sola aplicación al grupo de estudio. Los coeficientes para evaluar son:

- Coeficiente alfa mayor a 0.9 es excelente.
- Coeficiente alfa mayor a 0.8 es bueno.
- Coeficiente alfa mayor a 0.7 es aceptable.
- Coeficiente alfa mayor a 0.6 es cuestionable.
- Coeficiente alfa mayor a 0.5 es pobre.
- Coeficiente alfa menor a 0.5 es inaceptable.

3.5.3 PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS.

Los datos son presentados en cuadros, gráficos, ordenados, clasificados secuencialmente según las variables. Los resultados se presentan en cuadros consolidados según los grupos de investigación, para ello se utilizó la estadística descriptiva con gráficos de frecuencia porcentual, medidas de tendencia central y dispersión y coeficiente de determinación mediante la aplicación MS EXCEL 2019. Los resultados se presentan y comparan mediante las verificaciones de las hipótesis utilizando métodos estadísticos, a través del cual se define la incidencia significativa en la cadena de valor en la competitividad de la palma aceitera. Para la contratación de las hipótesis se aplicó la estadística inferencial entre las variables de estudio para el análisis de significancia, utilizando los aplicativos MINITAB 17 y SPSS V.24.0.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Dimensiones: Tecnología de nivel alto - I

Existe relación entre la tecnología de nivel alto para realizar labores agronómicas, maquinarias y equipos para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región 2019.

Tabla 2

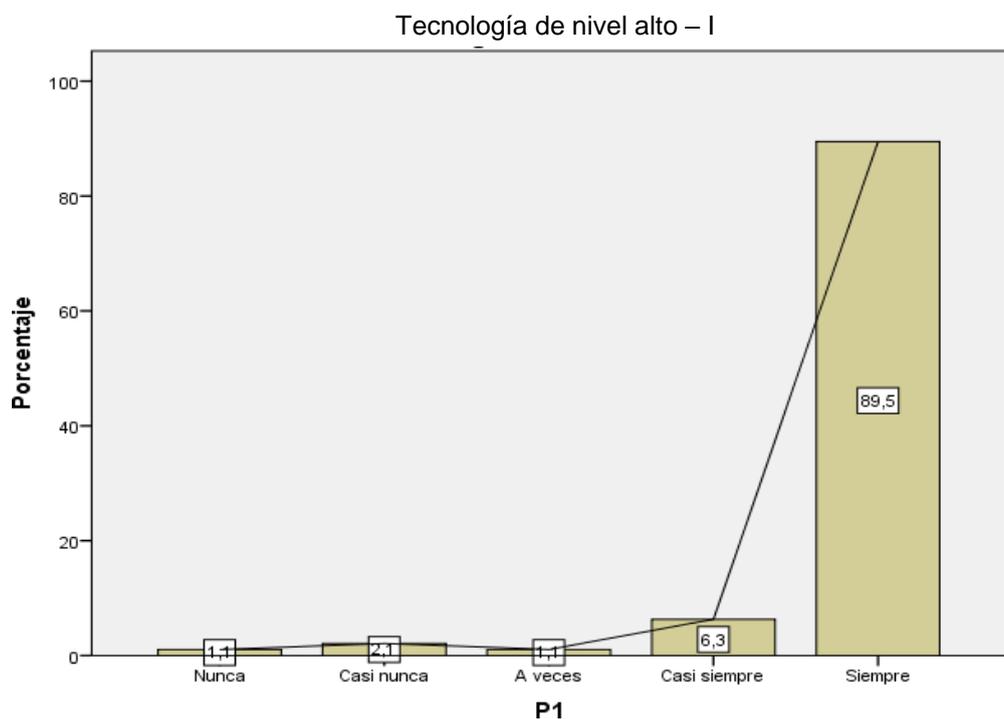
Tecnología de nivel alto – I

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1,1	1,1	1,1
Casi nunca	2	2,1	2,1	3,2
A veces	1	1,1	1,1	4,2
Válidos Casi siempre	6	6,3	6,3	10,5
Siempre	85	89,5	89,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable independiente: Cadena de valor

Fuente: Elaboración propia

Figura 1



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 89.5% de los palmicultores respondieron que siempre se realizan las labores agronómicas, maquinarias y equipos de acuerdo al paquete tecnológico de palma aceitera.

De la muestra estimada el 6.3% de los palmicultores respondieron que casi siempre se realizan las labores agronómicas, maquinarias y equipos de acuerdo al paquete tecnológico de palma aceitera.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que a veces se realizan las labores agronómicas, maquinarias y equipos de acuerdo al paquete tecnológico de palma aceitera.

De la muestra estimada el 2.1% de los palmicultores respondieron que casi nunca se realizan las labores agronómicas, maquinarias y equipos de acuerdo al paquete tecnológico de palma aceitera.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que nunca se realizan las labores agronómicas, maquinarias y equipos de acuerdo al paquete tecnológico de palma aceitera.

4.2 Dimensiones: Tecnología de nivel alto - II

¿Conoce Ud. si en su distrito se aplican la fertilización de acuerdo al calendario del cultivo?

Tabla 3

Tecnología de nivel alto - II

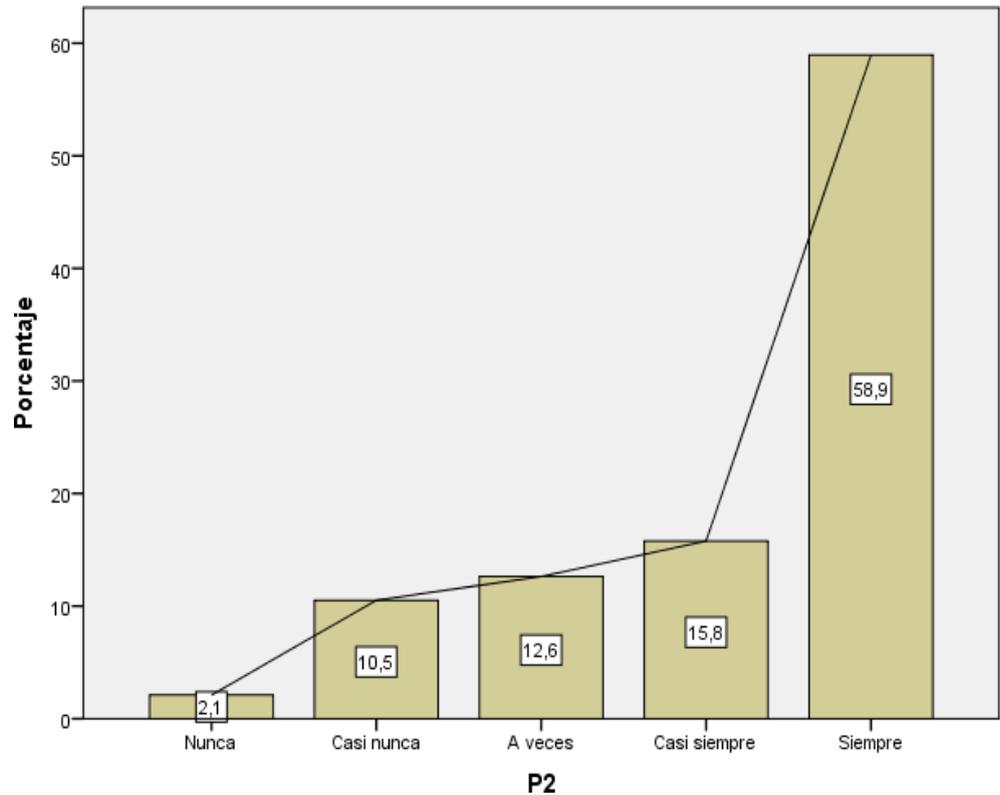
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	2,1	2,1	2,1
Casi nunca	10	10,5	10,5	12,6
A veces	12	12,6	12,6	25,3
Casi siempre	15	15,8	15,8	41,1
Siempre	56	58,9	58,9	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable independiente: Cadena de valor.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2

Tecnología de nivel alto - II



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 58.9% de los palmicultores respondieron que siempre se aplican la fertilización de acuerdo al calendario del cultivo.

De la muestra estimada el 15.8% de los palmicultores respondieron que casi siempre se aplican la fertilización de acuerdo al calendario del cultivo.

De la muestra estimada el 12.6% de los palmicultores respondieron que a veces se aplican la fertilización de acuerdo al calendario del cultivo.

De la muestra estimada el 10.5% de los palmicultores respondieron que casi nunca se aplican la fertilización de acuerdo al calendario del cultivo.

De la muestra estimada el 2.1% de los palmicultores respondieron que nunca se aplican la fertilización de acuerdo al calendario del cultivo.

4.3 Dimensiones: Tecnología nivel alto - III

¿Sabe si su distrito se realiza análisis de suelo y foliar para conocer el requerimiento nutricional de la planta?

Tabla 4

Tecnología de nivel alto - III

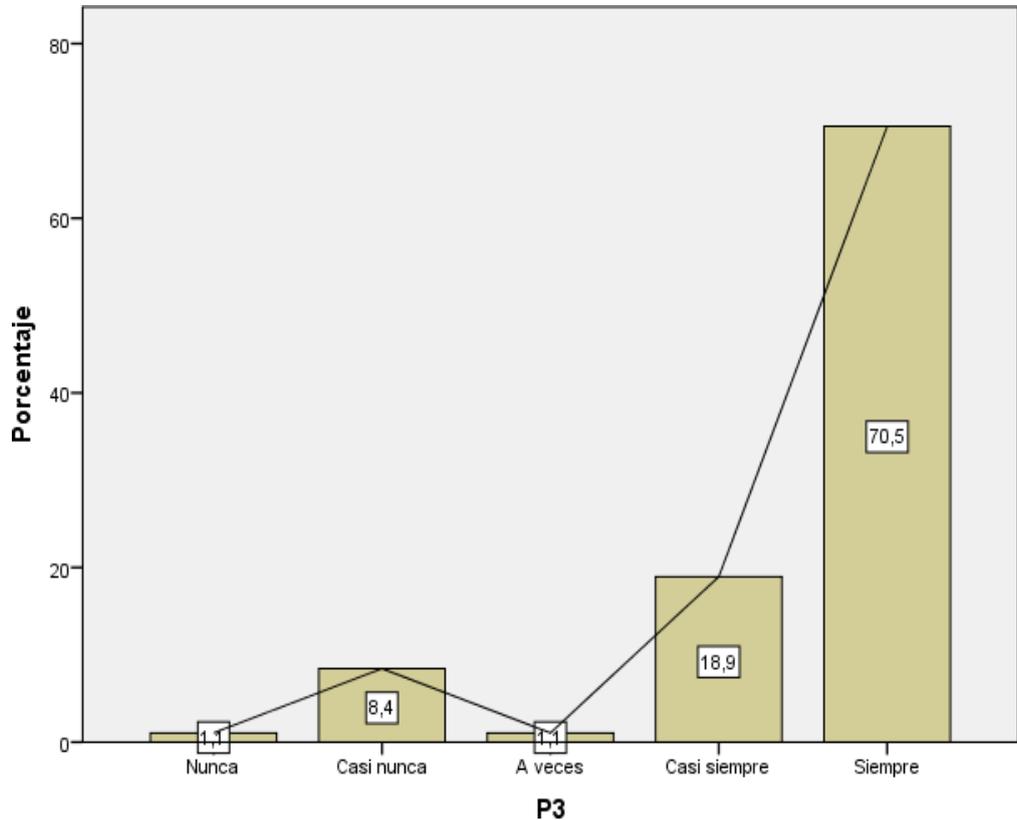
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1,1	1,1	1,1
Casi nunca	8	8,4	8,4	9,5
A veces	1	1,1	1,1	10,5
Casi siempre	18	18,9	18,9	29,5
Siempre	67	70,5	70,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable independiente: Cadena de valor.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3

Tecnología de nivel alto - III



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 70.5% de los palmicultores respondieron que siempre se realiza análisis de suelo y foliar para conocer el requerimiento nutricional de la planta.

De la muestra estimada el 18.9% de los palmicultores respondieron que casi siempre se realiza análisis de suelo y foliar para conocer el requerimiento nutricional de la planta.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que a veces se realiza análisis de suelo y foliar para conocer el requerimiento nutricional de la planta.

De la muestra estimada el 8.4% de los palmicultores respondieron que casi nunca se realiza análisis de suelo y foliar para conocer el requerimiento nutricional de la planta.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que nunca se realiza análisis de suelo y foliar para conocer el requerimiento nutricional de la planta.

4.4 Dimensiones: Tecnología de nivel medio - I

¿Existe relación entre la tecnología de nivel medio en el uso de fertilizantes sintéticos y transporte para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región de Ucayali 2019?

Tabla 5

Tecnología de nivel medio – I

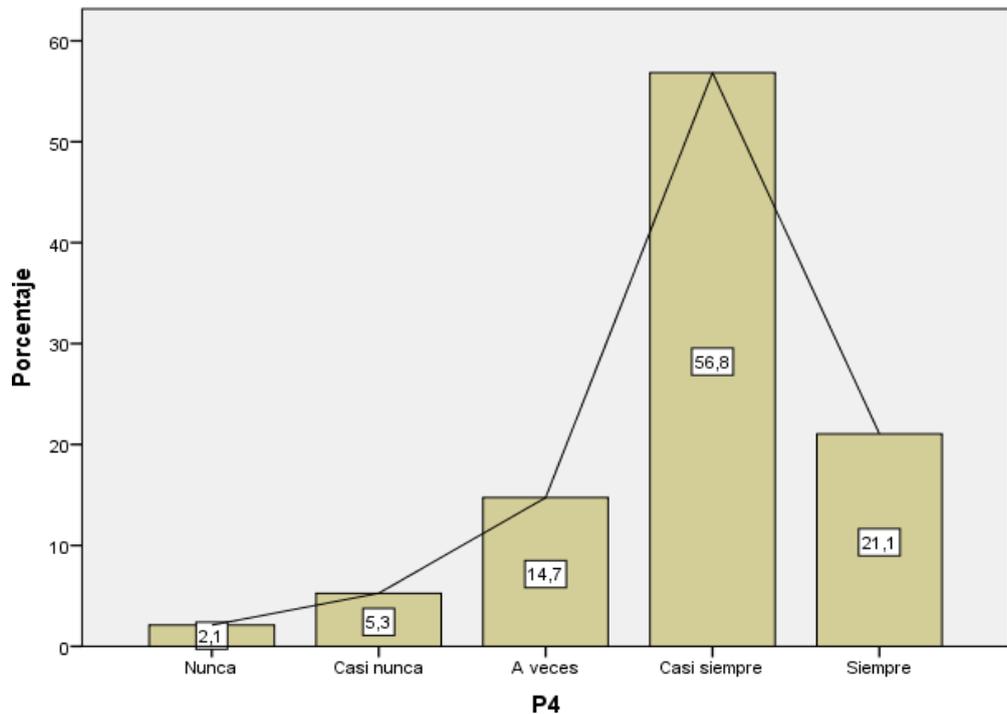
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	2,1	2,1	2,1
Casi nunca	5	5,3	5,3	7,4
A veces	14	14,7	14,7	22,1
Casi siempre	54	56,8	56,8	78,9
Siempre	20	21,1	21,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable independiente: Cadena de valor.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4

Tecnología de nivel medio - I



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 21.1% de los palmicultores respondieron que siempre utiliza fertilizantes sintéticos y transporte para abonar la palma.

De la muestra estimada el 56.8% de los palmicultores respondieron que casi siempre utiliza fertilizantes sintéticos y transporte para abonar la palma.

De la muestra estimada el 14.7% de los palmicultores respondieron que a veces utiliza fertilizantes sintéticos y transporte para abonar la palma.

De la muestra estimada el 5.3% de los palmicultores respondieron que casi nunca utiliza fertilizantes sintéticos y transporte para abonar la palma.

De la muestra estimada el 2.1% de los palmicultores respondieron que nunca utiliza fertilizantes sintéticos y transporte para abonar la palma.

4.5 Dimensiones: Tecnología de nivel medio - II

¿Conoce Ud. que el escobajo podría ser utilizado para abonar a las plantas?

Tabla 6

Tecnología de nivel medio - II

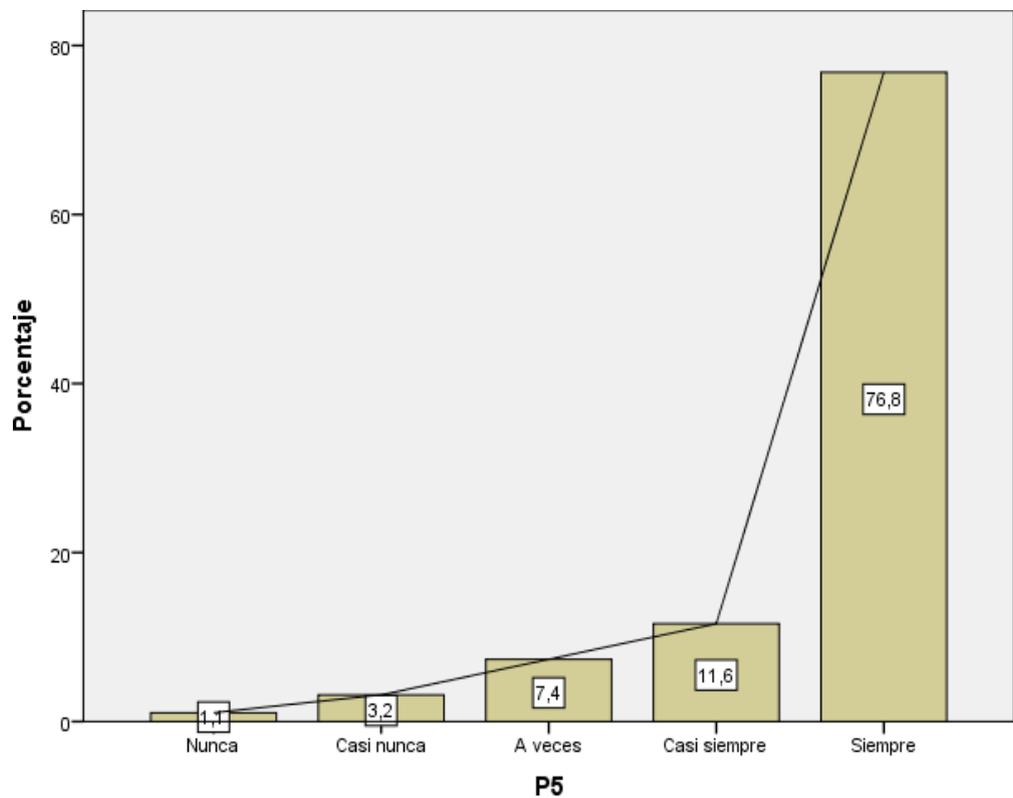
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1,1	1,1	1,1
Casi nunca	3	3,2	3,2	4,2
A veces	7	7,4	7,4	11,6
Casi siempre	11	11,6	11,6	23,2
Siempre	73	76,8	76,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable independiente: Cadena de valor.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5

Tecnología de nivel medio - II



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 76.8% de los palmicultores respondieron que siempre el escobajo podría ser utilizado para abonar a las plantas.

De la muestra estimada el 11.6% de los palmicultores respondieron que casi siempre el escobajo podría ser utilizado para abonar a las plantas.

De la muestra estimada el 7.4% de los palmicultores respondieron que a veces el escobajo podría ser utilizado para abonar a las plantas.

De la muestra estimada el 3.2% de los palmicultores respondieron que casi nunca el escobajo podría ser utilizado para abonar a las plantas.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que nunca el escobajo podría ser utilizado para abonar a las plantas.

4.6 Dimensiones: Tecnología de nivel medio - III

¿Realiza las labores de mantenimiento de círculos e interlineas?

Tabla 7

Tecnología de nivel medio - III

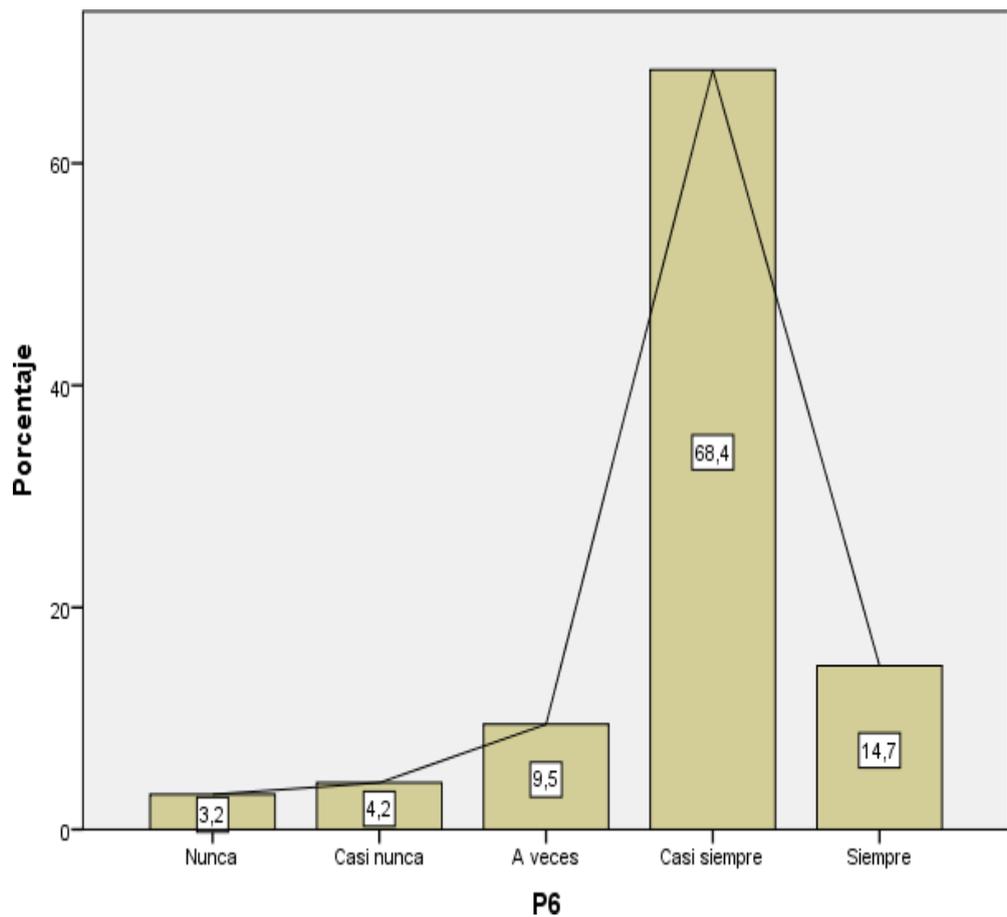
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	3,2	3,2	3,2
Casi nunca	4	4,2	4,2	7,4
A veces	9	9,5	9,5	16,8
Casi siempre	65	68,4	68,4	85,3
Siempre	14	14,7	14,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable independiente: Cadena de valor.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6

Tecnología de nivel medio - I



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 14.7% de los palmicultores respondieron que siempre realiza las labores de mantenimiento de círculos e interlineas.

De la muestra estimada el 68.4% de los palmicultores respondieron que casi siempre realiza las labores de mantenimiento de círculos e interlineas.

De la muestra estimada el 9.5% de los palmicultores respondieron que a veces realiza las labores de mantenimiento de círculos e interlineas.

De la muestra estimada el 4.2% de los palmicultores respondieron que casi nunca realiza las labores de mantenimiento de círculos e interlineas.

De la muestra estimada el 3.2% de los palmicultores respondieron que nunca realiza las labores de mantenimiento de círculos e interlineas.

4.7 Dimensiones: Tecnología de nivel bajo - I

¿Existe relación entre la tecnología de nivel bajo en la instalación del cultivo de palma y los productos que se cosechan para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali 2019?

Tabla 8

Tecnología de nivel bajo - I

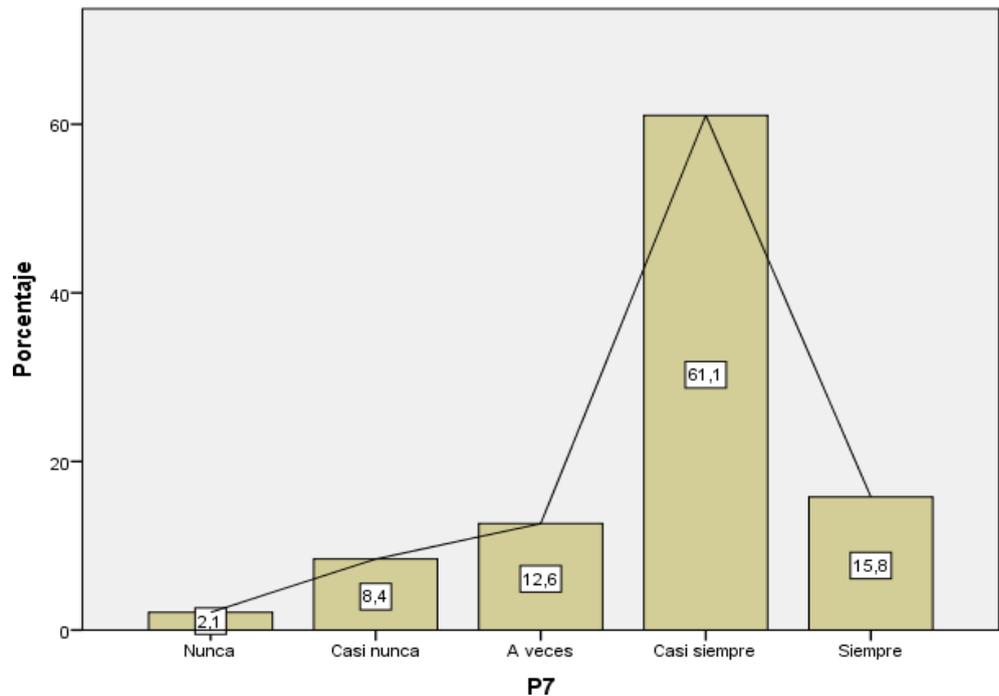
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	2,1	2,1	2,1
Casi nunca	8	8,4	8,4	10,5
A veces	12	12,6	12,6	23,2
Casi siempre	58	61,1	61,1	84,2
Siempre	15	15,8	15,8	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable independiente: Cadena de valor.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7

Tecnología de nivel bajo – I



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 15.8% de los palmicultores respondieron que siempre para instalar el cultivo de palma y los productos que se cosechan realizan las actividades de rozo, tumba y quema.

De la muestra estimada el 61.1% de los palmicultores respondieron que casi siempre para instalar el cultivo de palma y los productos que se cosechan realizan las actividades de rozo, tumba y quema.

De la muestra estimada el 12.6% de los palmicultores respondieron que a veces para instalar el cultivo de palma y los productos que se cosechan realizan las actividades de rozo, tumba y quema.

De la muestra estimada el 8.4% de los palmicultores respondieron que casi nunca para instalar el cultivo de palma y los productos que se cosechan realizan las actividades de rozo, tumba y quema.

De la muestra estimada el 2.1% de los palmicultores respondieron que nunca para instalar el cultivo de palma y los productos que se cosechan realizan las actividades de rozo, tumba y quema.

4.8 Dimensiones: Tecnología de nivel bajo - II

¿Realizan fertilizaciones anuales en el cultivo de palma aceitera?

Tabla 9

Tecnología de nivel bajo - II

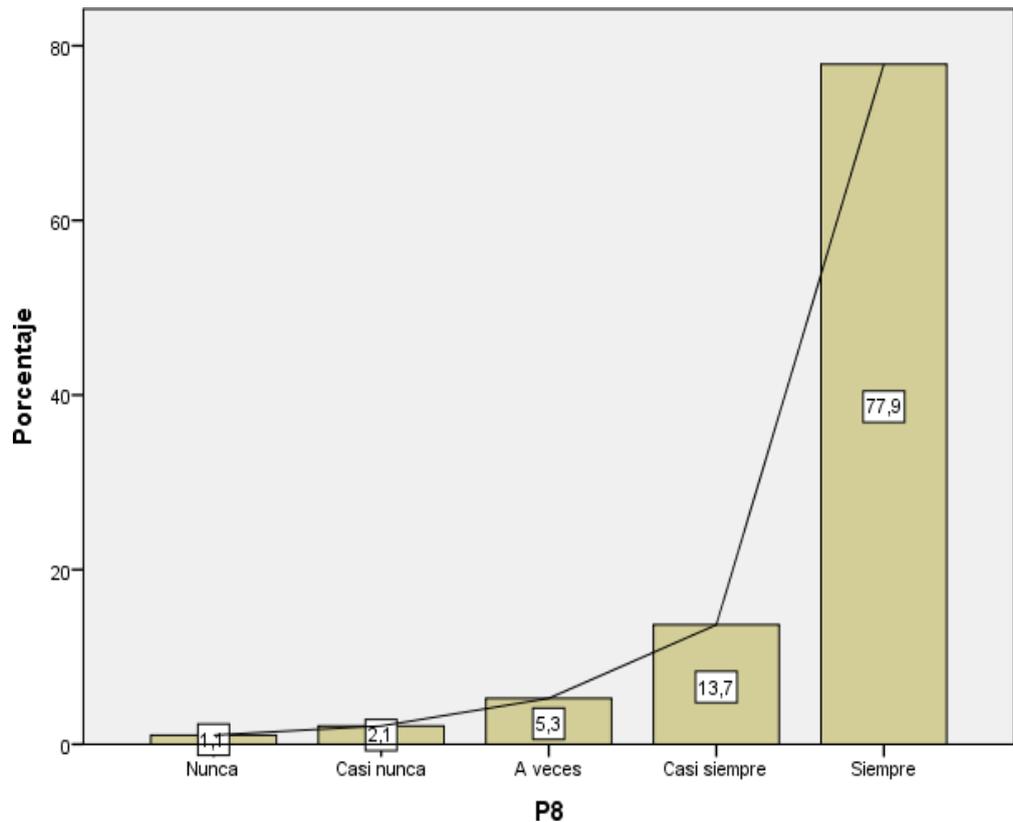
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1,1	1,1	1,1
Casi nunca	2	2,1	2,1	3,2
A veces	5	5,3	5,3	8,4
Casi siempre	13	13,7	13,7	22,1
Siempre	74	77,9	77,9	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable independiente: Cadena de valor.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8

Tecnología de nivel bajo - II



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 77.9% de los palmicultores respondieron que siempre realizan fertilizaciones anuales en el cultivo de palma aceitera.

De la muestra estimada el 13.7% de los palmicultores respondieron que casi siempre realizan fertilizaciones anuales en el cultivo de palma aceitera.

De la muestra estimada el 5.3% de los palmicultores respondieron que a veces realizan fertilizaciones anuales en el cultivo de palma aceitera.

De la muestra estimada el 2.1% de los palmicultores respondieron que casi nunca realizan fertilizaciones anuales en el cultivo de palma aceitera.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que nunca realiza fertilizaciones anuales en el cultivo de palma aceitera.

4.9 Dimensiones: Tecnología de nivel bajo - III

¿Conoce Ud. cuántas toneladas por hectárea cosecha al año?

Tabla 10

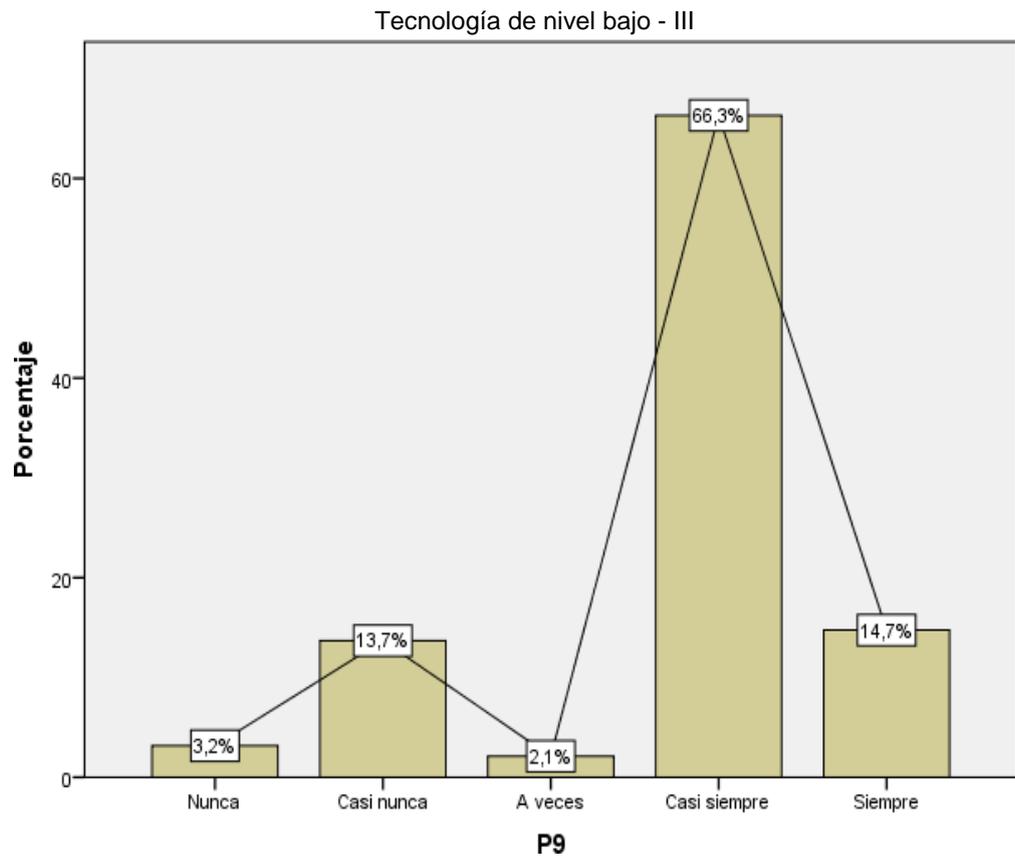
Tecnología de nivel bajo - III

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	3,2	3,2	3,2
Casi nunca	13	13,7	13,7	16,8
A veces	2	2,1	2,1	18,9
Casi siempre	63	66,3	66,3	85,3
Siempre	14	14,7	14,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable independiente: Cadena de valor.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 14.7% de los palmicultores respondieron que siempre tiene información de cuántas toneladas por hectárea cosecha al año.

De la muestra estimada el 66.3% de los palmicultores respondieron que casi siempre tiene información de cuántas toneladas por hectárea cosecha al año.

De la muestra estimada el 2.1% de los palmicultores respondieron que a veces tiene información de cuántas toneladas por hectárea cosecha al año.

De la muestra estimada el 13.7% de los palmicultores respondieron que casi nunca tiene información de cuántas toneladas por hectárea cosecha al año.

De la muestra estimada el 3.2% de los palmicultores respondieron que nunca tiene información de cuántas toneladas por hectárea cosecha al año.

4.10 Dimensiones: Maquinarias y equipos - I

¿Cuenta Ud. con maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera?

Tabla 11

Maquinarias y equipos - I

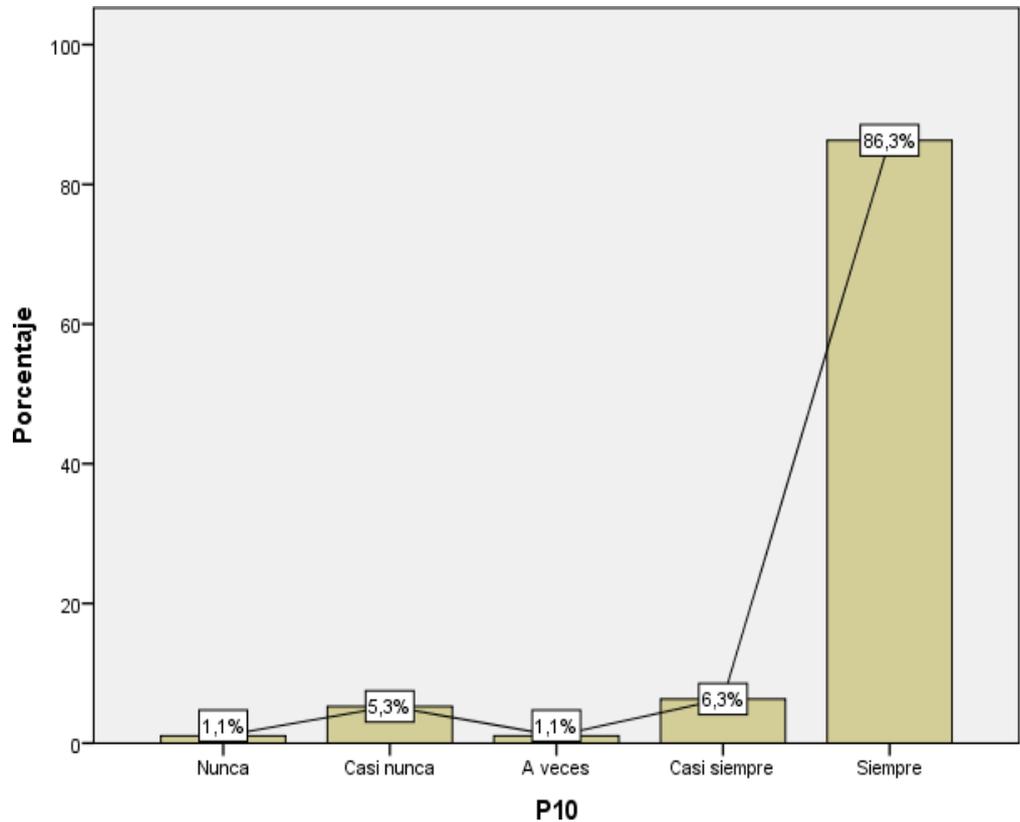
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1,1	1,1	1,1
Casi nunca	5	5,3	5,3	6,3
A veces	1	1,1	1,1	7,4
Casi siempre	6	6,3	6,3	13,7
Siempre	82	86,3	86,3	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable dependiente: Competitividad.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10

Maquinarias y equipos – I



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 86.3% de los palmicultores respondieron que siempre cuenta con maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera.

De la muestra estimada el 6.3% de los palmicultores respondieron que casi siempre cuenta con maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que a veces cuenta con maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera.

De la muestra estimada el 5.3% de los palmicultores respondieron que casi nunca cuenta con maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que nunca cuenta con maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera.

4.11 Dimensiones: Maquinarias y equipos - II

¿Posee Ud. equipos que le permitan realizar las actividades agronómicas en la plantación de palma?

Tabla 12

Maquinarias y equipos - II

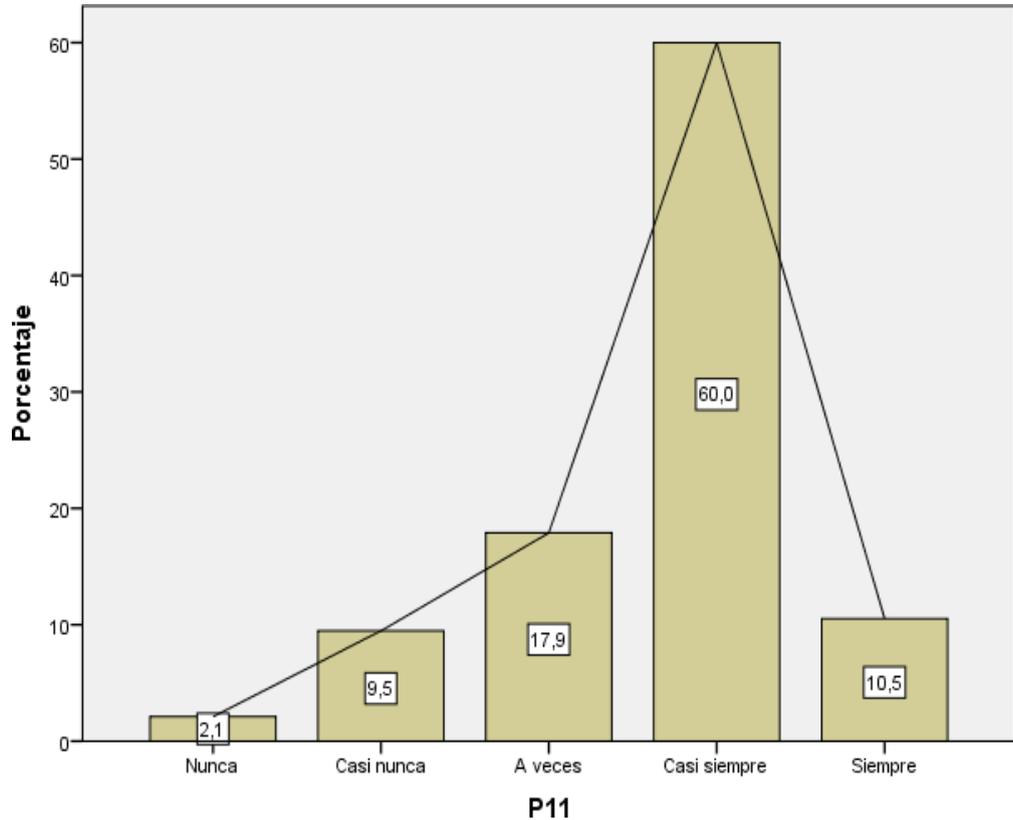
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	2,1	2,1	2,1
Casi nunca	9	9,5	9,5	11,6
A veces	17	17,9	17,9	29,5
Casi siempre	57	60,0	60,0	89,5
Siempre	10	10,5	10,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable dependiente: Competitividad.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 11

Maquinarias y equipos - II



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 10.5% de los palmicultores respondieron que siempre posee equipos que le permitan realizar las actividades agronómicas en la plantación de palma.

De la muestra estimada el 60.0% de los palmicultores respondieron que casi siempre posee equipos que le permitan realizar las actividades agronómicas en la plantación de palma.

De la muestra estimada el 17.9% de los palmicultores respondieron que a veces posee equipos que le permitan realizar las actividades agronómicas en la plantación de palma.

De la muestra estimada el 9.5% de los palmicultores respondieron que casi nunca posee equipos que le permitan realizar las actividades agronómicas en la plantación de palma.

De la muestra estimada el 2.1% de los palmicultores respondieron que nunca posee equipos que le permitan realizar las actividades agronómicas en la plantación de palma.

4.12 Dimensiones: Maquinarias y equipos - III

¿Utiliza maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera?

Tabla 13

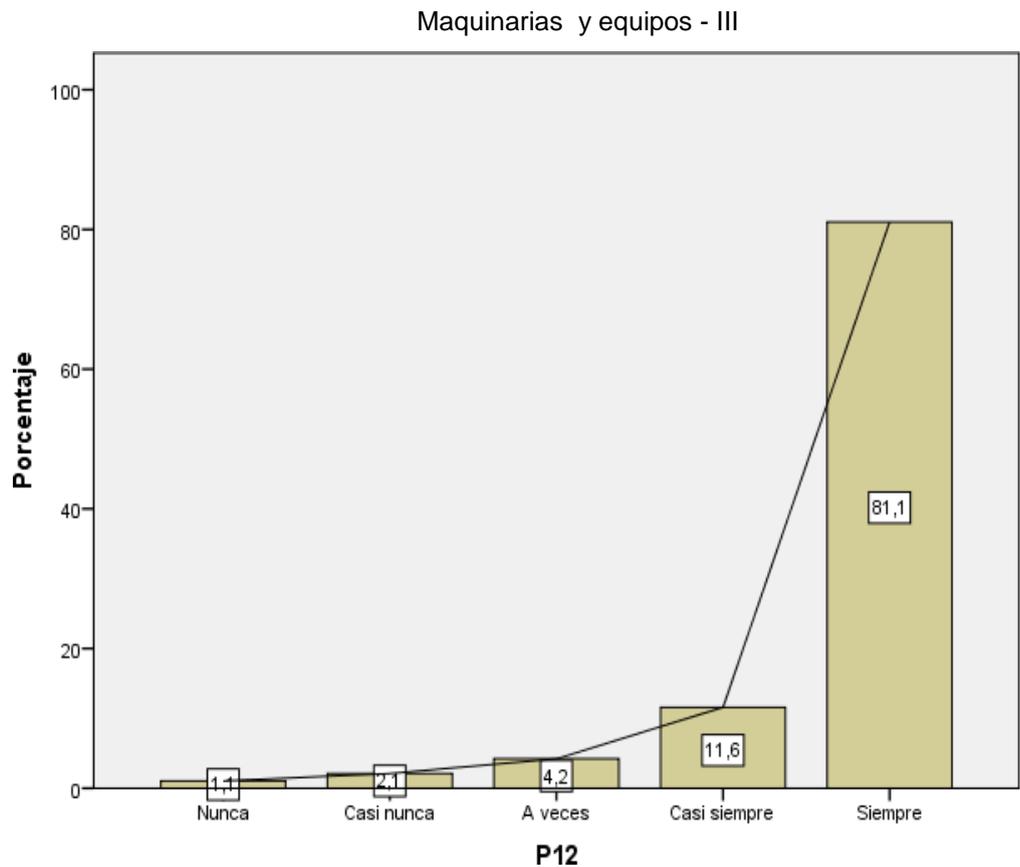
Maquinarias y equipos - III

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1,1	1,1	1,1
Casi nunca	2	2,1	2,1	3,2
A veces	4	4,2	4,2	7,4
Casi siempre	11	11,6	11,6	18,9
Siempre	77	81,1	81,1	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable dependiente: Competitividad.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 12



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 81.1% de los palmicultores respondieron que siempre utiliza maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera.

De la muestra estimada el 11.6% de los palmicultores respondieron que casi siempre utiliza maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera.

De la muestra estimada el 4.2% de los palmicultores respondieron que a veces posee utiliza maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera.

De la muestra estimada el 2.1% de los palmicultores respondieron que casi nunca utiliza maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que nunca utiliza maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera.

4.13 Dimensiones: Transporte - I

¿Su distrito cuenta con vías y accesos que permiten un libre tránsito para el traslado de las cosechas?

Tabla 14

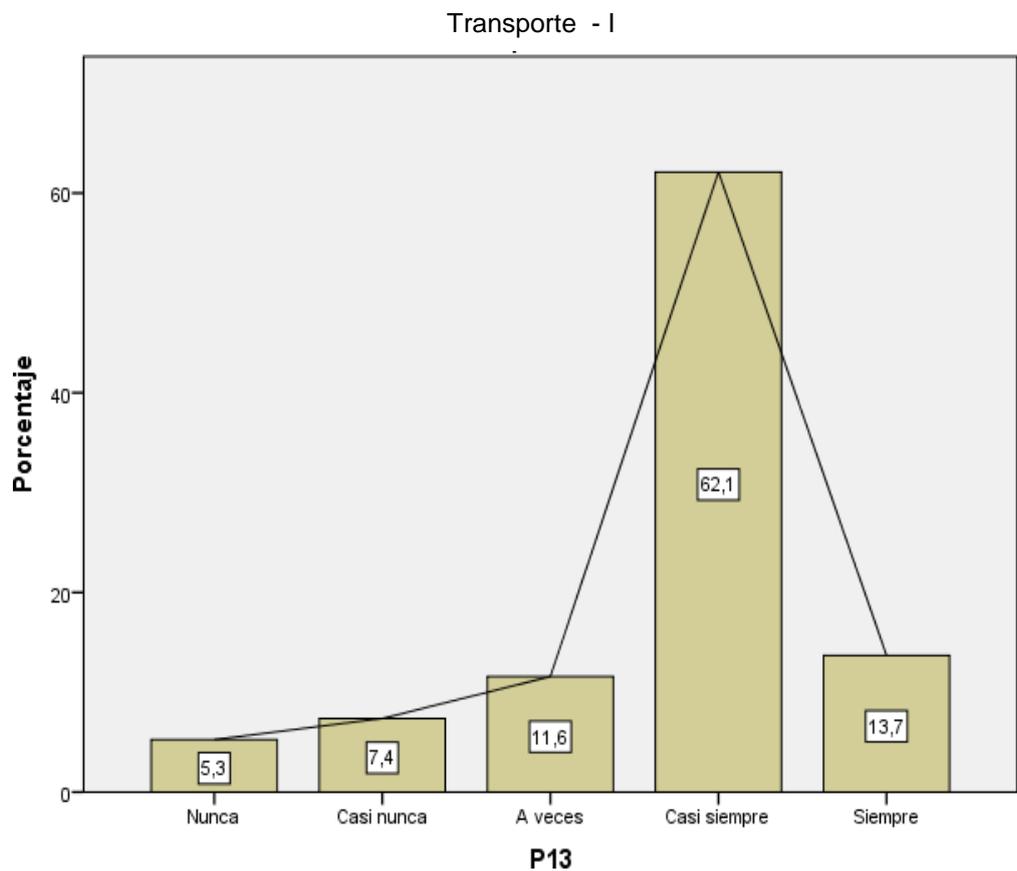
Transporte - I

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	5,3	5,3	5,3
Casi nunca	7	7,4	7,4	12,6
A veces	11	11,6	11,6	24,2
Casi siempre	59	62,1	62,1	86,3
Siempre	13	13,7	13,7	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable dependiente: Competitividad.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 13



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 13.7% de los palmicultores respondieron que siempre su distrito cuenta con vías y accesos que permiten libre tránsito para el traslado de las cosechas.

De la muestra estimada el 62.1% de los palmicultores respondieron que casi siempre su distrito cuenta con vías y accesos que permiten libre tránsito para el traslado de las cosechas.

De la muestra estimada el 11.6% de los palmicultores respondieron que a veces su distrito cuenta con vías y accesos que permiten libre tránsito para el traslado de las cosechas.

De la muestra estimada el 7.4% de los palmicultores respondieron que casi nunca su distrito cuenta con vías y accesos que permiten libre tránsito para el traslado de las cosechas.

De la muestra estimada el 5.3% de los palmicultores respondieron que nunca su distrito cuenta con vías y accesos que permiten libre tránsito para el traslado de las cosechas.

4.14 Dimensiones: Transporte - II

¿La ubicación de su parcela cuenta con vías de acceso en buenas condiciones para el traslado de las cosechas?

Tabla 15

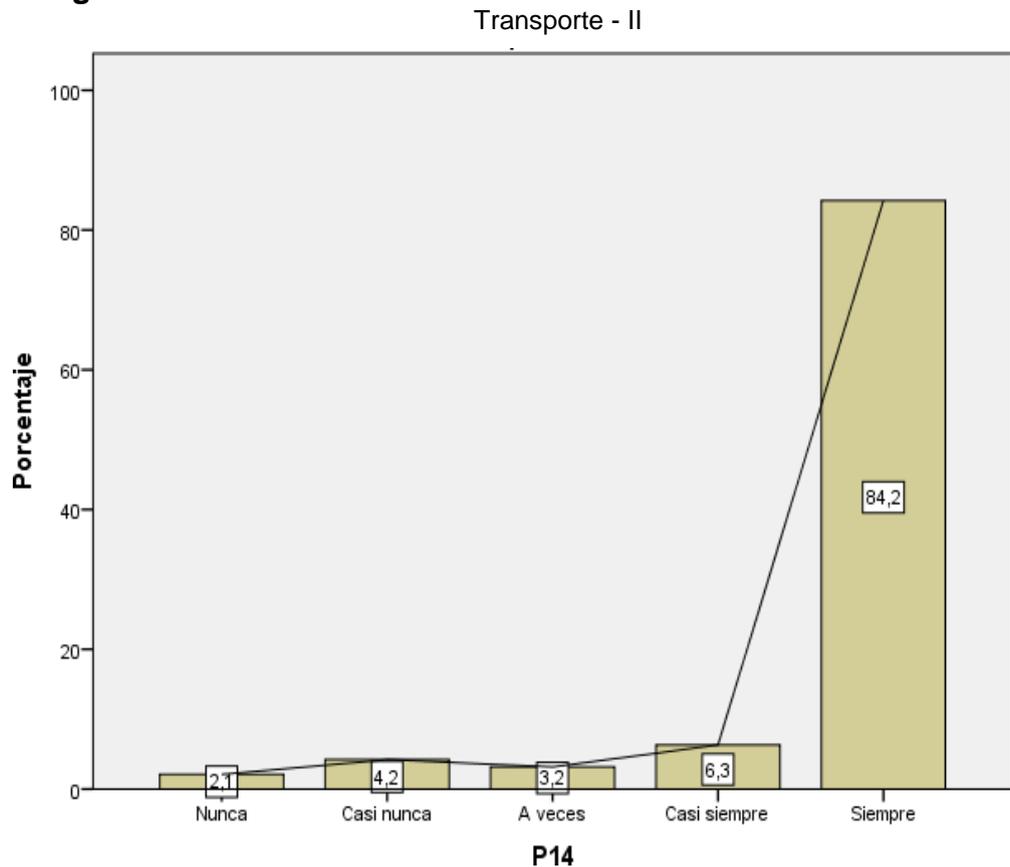
Transporte - II

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	2,1	2,1	2,1
Casi nunca	4	4,2	4,2	6,3
A veces	3	3,2	3,2	9,5
Casi siempre	6	6,3	6,3	15,8
Siempre	80	84,2	84,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable dependiente: Competitividad.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 14



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 84.2% de los palmicultores respondieron que siempre la ubicación de su parcela cuenta con vías de acceso en buenas condiciones para el traslado de las cosechas.

De la muestra estimada el 6.3% de los palmicultores respondieron que casi siempre la ubicación de su parcela cuenta con vías de acceso en buenas condiciones para el traslado de las cosechas.

De la muestra estimada el 3.2% de los palmicultores respondieron que a veces la ubicación de su parcela cuenta con vías de acceso en buenas condiciones para el traslado de las cosechas.

De la muestra estimada el 4.2% de los palmicultores respondieron que casi nunca la ubicación de su parcela cuenta con vías de acceso en buenas condiciones para el traslado de las cosechas.

De la muestra estimada el 2.1% de los palmicultores respondieron que nunca la ubicación de su parcela cuenta con vías de acceso en buenas condiciones para el traslado de las cosechas.

4.15 Dimensiones: Transporte - III

¿Con que frecuencia realiza Ud. el mantenimiento para el acceso a su parcela?

Tabla 16

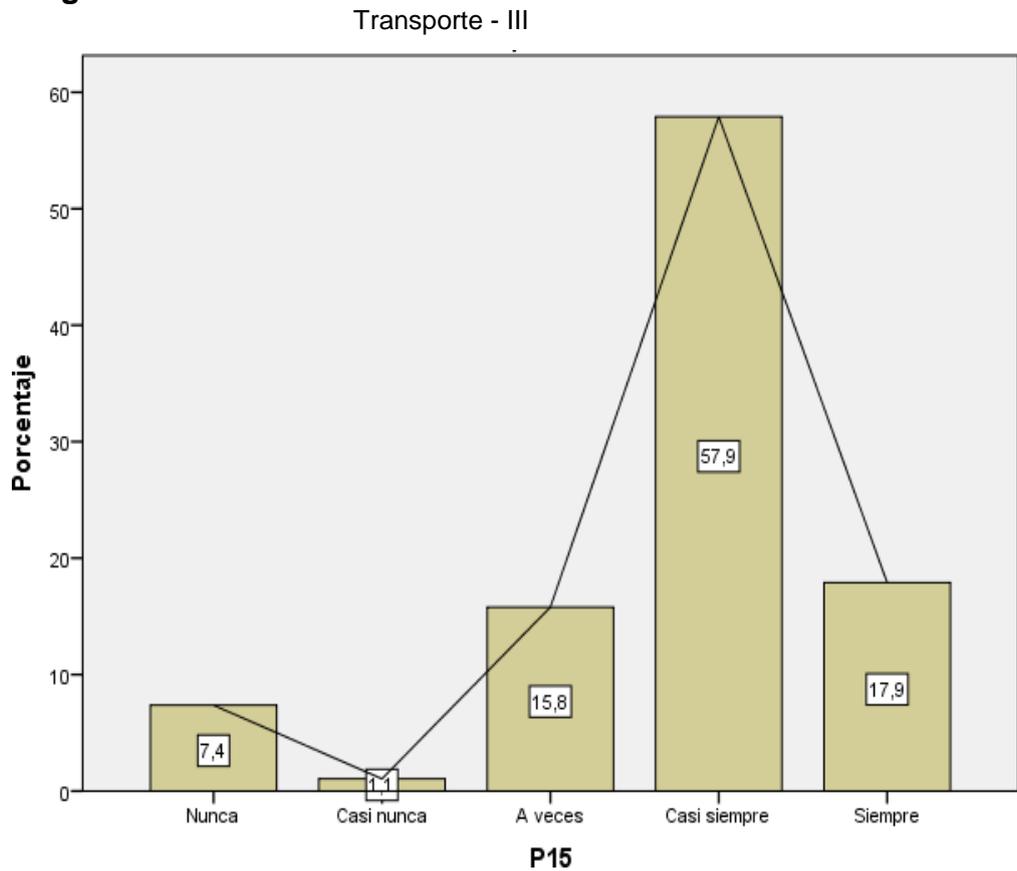
Transporte - III

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	7	7,4	7,4	7,4
Casi nunca	1	1,1	1,1	8,4
A veces	15	15,8	15,8	24,2
Casi siempre	55	57,9	57,9	82,1
Siempre	17	17,9	17,9	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable dependiente: Competitividad.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 15



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 17.9% de los palmicultores respondieron que siempre realiza con frecuencia el mantenimiento para el acceso a su parcela.

De la muestra estimada el 57.9% de los palmicultores respondieron que casi siempre realiza con frecuencia el mantenimiento para el acceso a su parcela.

De la muestra estimada el 15.8% de los palmicultores respondieron que a veces la ubicación de su parcela cuenta con vías de acceso en buenas condiciones para el traslado de las cosechas.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que casi nunca realiza con frecuencia el mantenimiento para el acceso a su parcela.

De la muestra estimada el 7.4% de los palmicultores respondieron que nunca realiza con frecuencia el mantenimiento para el acceso a su parcela.

4.16 Dimensiones: Producto - I

¿Sabe Ud. cuantas toneladas por hectárea produce su parcela?

Tabla 17

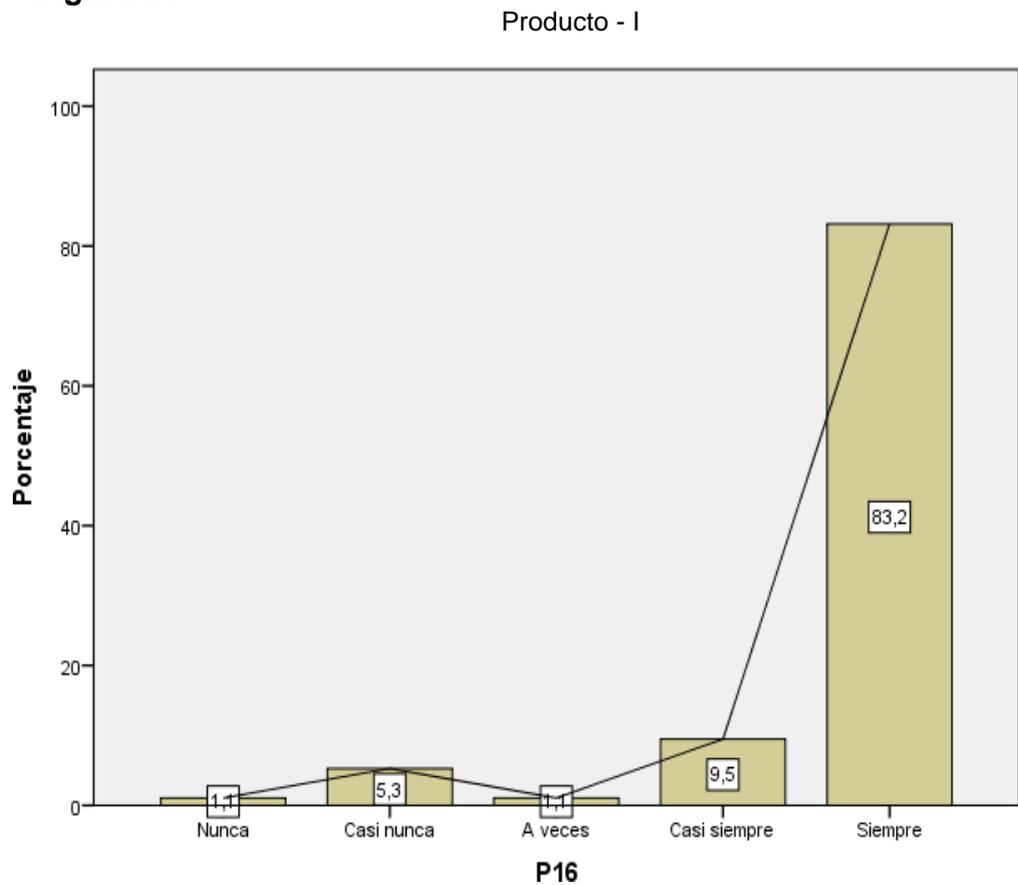
Producto - I

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	1,1	1,1	1,1
Casi nunca	5	5,3	5,3	6,3
A veces	1	1,1	1,1	7,4
Casi siempre	9	9,5	9,5	16,8
Siempre	79	83,2	83,2	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable dependiente: Competitividad.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 16



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 83.2% de los palmicultores respondieron que siempre conoce cuantas toneladas por hectárea produce su parcela.

De la muestra estimada el 9.5% de los palmicultores respondieron que casi siempre conoce cuantas toneladas por hectárea produce su parcela.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que a veces conoce cuantas toneladas por hectárea produce su parcela.

De la muestra estimada el 5.3% de los palmicultores respondieron que casi nunca conoce cuantas toneladas por hectárea produce su parcela.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que nunca conoce cuantas toneladas por hectárea produce su parcela.

4.17 Dimensiones: Producto- II

¿Tiene conocimiento sobre la transitabilidad en su distrito?

Tabla 18

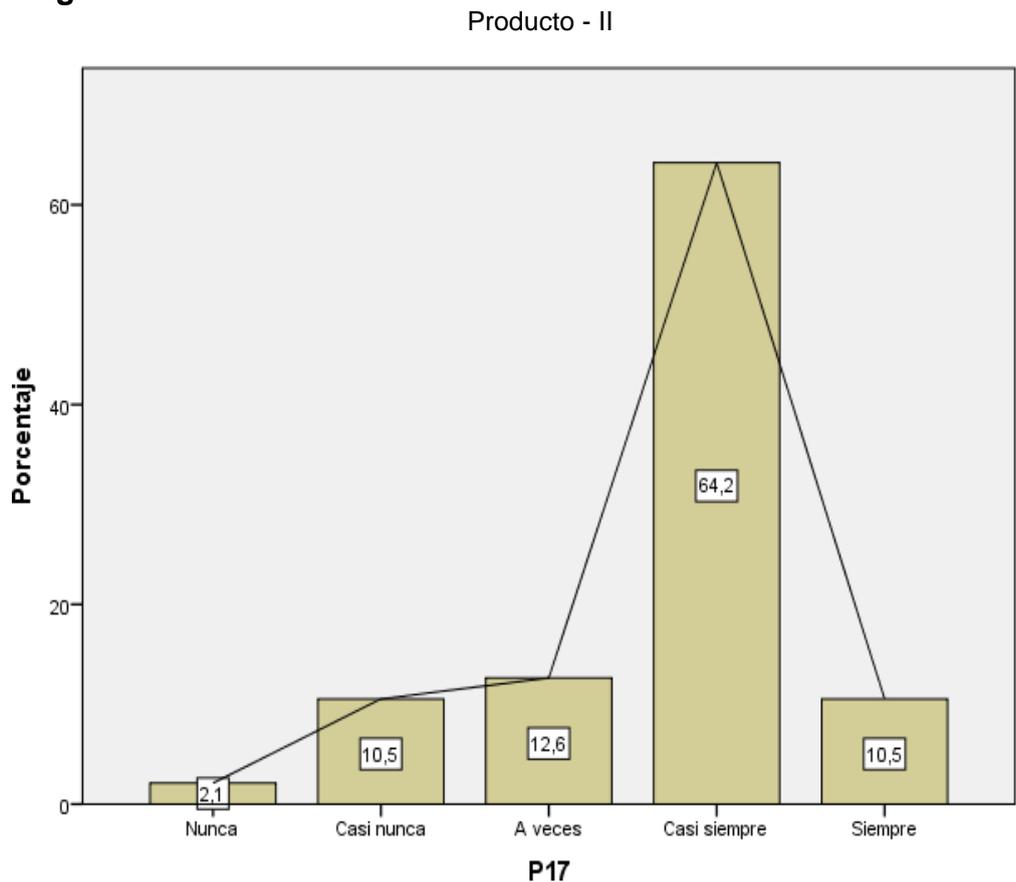
Producto - II

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	2,1	2,1	2,1
Casi nunca	10	10,5	10,5	12,6
A veces	12	12,6	12,6	25,3
Casi siempre	61	64,2	64,2	89,5
Siempre	10	10,5	10,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable dependiente: Competitividad.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 17



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 10.5% de los palmicultores respondieron que siempre tienen conocimiento sobre la transitabilidad en su distrito.

De la muestra estimada el 64.2% de los palmicultores respondieron que casi siempre tienen conocimiento sobre la transitabilidad en su distrito.

De la muestra estimada el 12.6% de los palmicultores respondieron que a veces tienen conocimiento sobre la transitabilidad en su distrito.

De la muestra estimada el 10.5% de los palmicultores respondieron que casi nunca tienen conocimiento sobre la transitabilidad en su distrito.

De la muestra estimada el 2.1% de los palmicultores respondieron que nunca tienen conocimiento sobre la transitabilidad en su distrito.

4.18 Dimensiones: Producto - III

¿Siente que no cuenta con vías adecuadas y transitables para dar respuesta ante emergencias de accidentes de tránsito o congestión vehicular?

Tabla 19

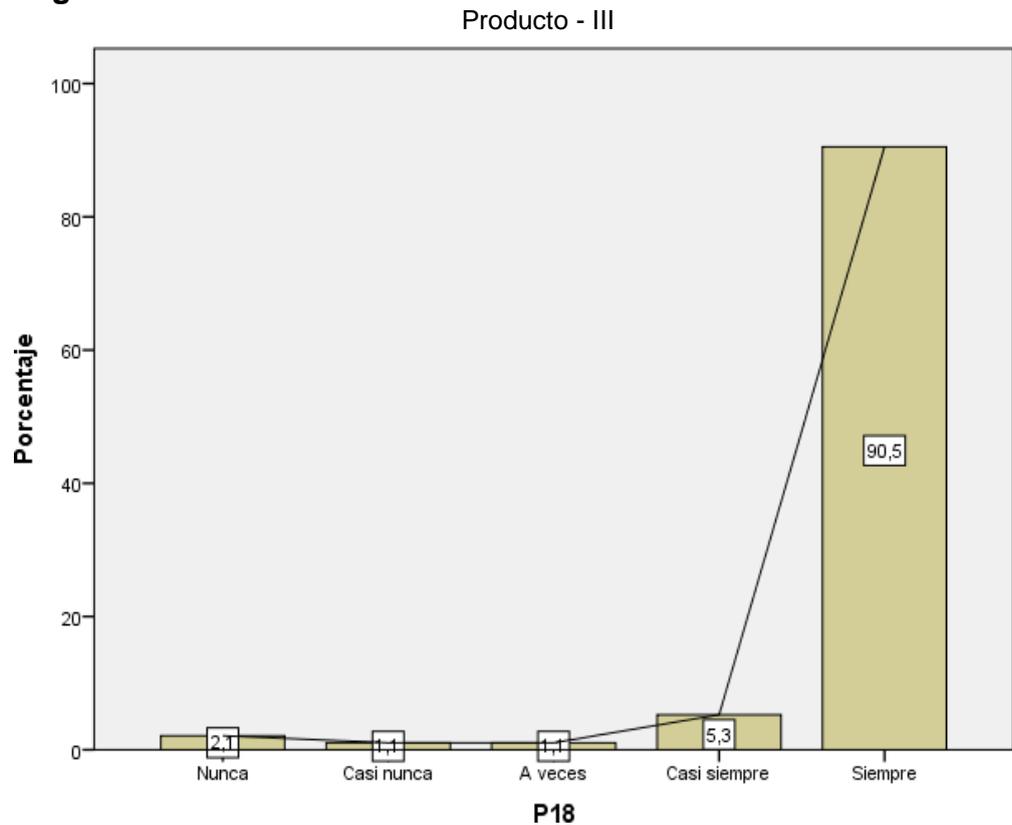
Producto - III

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Nunca	2	2,1	2,1	2,1
Casi nunca	1	1,1	1,1	3,2
A veces	1	1,1	1,1	4,2
Casi siempre	5	5,3	5,3	9,5
Siempre	86	90,5	90,5	100,0
Total	95	100,0	100,0	

Nota: Dimensión correspondiente a la variable dependiente: Competitividad.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 18



Análisis: Siguiendo los criterios que ofrece la fórmula de muestreo estadístico se estimó una muestra de 95 palmicultores, de quienes se les recolecto las siguientes respuestas:

De la muestra estimada el 90.5% de los palmicultores respondieron que siempre siente que no cuenta con vías adecuadas y transitables para dar respuesta ante emergencias de accidentes de tránsito o congestión vehicular.

De la muestra estimada el 5.3% de los palmicultores respondieron que casi siempre siente que no cuenta con vías adecuadas y transitables para dar respuesta ante emergencias de accidentes de tránsito o congestión vehicular.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que a veces siente que no cuenta con vías adecuadas y transitables para dar respuesta ante emergencias de accidentes de tránsito o congestión vehicular.

De la muestra estimada el 1.1% de los palmicultores respondieron que casi nunca siente que no cuenta con vías adecuadas y transitables para dar respuesta ante emergencias de accidentes de tránsito o congestión vehicular.

De la muestra estimada el 2.1% de los palmicultores respondieron que nunca siente que no cuenta con vías adecuadas y transitables para dar respuesta ante emergencias de accidentes de tránsito o congestión vehicular.

ANÁLISIS INFERENCIAL

PRUEBA DE HIPOTESIS GENERAL

H1: Si optimizamos la cadena de valor entonces mejoraremos la competitividad de la palma aceitera.

H0: Si optimizamos la cadena de valor entonces no mejoraremos la competitividad del cultivo de palma aceitera.

Tabla 20

Contingencia Cadena de valor * Competitividad

				COMPETITIVIDAD				Total
				Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
CADENA DE VALOR	A veces	Recuento	2	0	1	0	3	
		Frecuencia esperada	,1	,2	1,4	1,4	3,0	
		% del total	2,1%	0,0%	1,1%	0,0%	3,2%	
	Casi siempre	Recuento	0	5	39	22	66	
		Frecuencia esperada	1,4	3,5	30,6	30,6	66,0	
		% del total	0,0%	5,3%	41,1%	23,2%	69,5%	
	Siempre	Recuento	0	0	4	22	26	
		Frecuencia esperada	,5	1,4	12,0	12,0	26,0	
		% del total	0,0%	0,0%	4,2%	23,2%	27,4%	
Total	Recuento	2	5	44	44	95		
	Frecuencia esperada	2,0	5,0	44,0	44,0	95,0		
	% del total	2,1%	5,3%	46,3%	46,3%	100,0%		

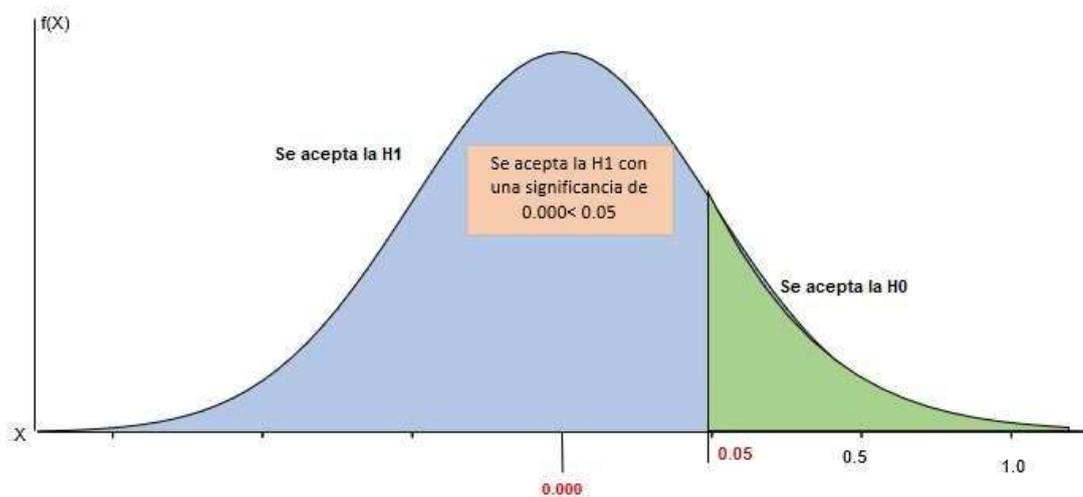
Tabla 21

Pruebas de chi-cuadrado - Cadena de valor * Competitividad

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	83,362 ^a	6	,000
Razón de verosimilitudes	39,032	6	,000
Asociación lineal por lineal	27,939	1	,000
N de casos válidos	95		

INTERPRETACIÓN

Según el grado de significancia de 0.000 se establece que existe relación entre las variables, es decir que si optimizamos la cadena de valor entonces mejoraremos la competitividad del cultivo de palma aceitera.

GRÁFICA DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA

PRUEBA DE HIPOTESIS ESPECÍFICA I

H1: Existe relación significativa entre la tecnología de nivel alto sobre las labores agronómicas, maquinarias y equipos utilizadas en el proceso de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya.

H0: No existe relación significativa entre la tecnología de nivel alto sobre las labores agronómicas, maquinarias y equipos utilizadas en el proceso de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya.

Tabla 22

Contingencia Tecnología Nivel Alto * Maquinarias y equipos

		Maquinarias y equipos				Total	
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
Tecnología Nivel Alto	A veces	Recuento	0	0	0	1	1
		Frecuencia esperada	,0	,1	,4	,5	1,0
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	1,1%
	Casi siempre	Recuento	0	0	13	30	43
		Frecuencia esperada	,5	2,7	17,7	22,2	43,0
		% del total	0,0%	0,0%	13,7%	31,6%	45,3%
	Siempre	Recuento	1	6	26	18	51
		Frecuencia esperada	,5	3,2	20,9	26,3	51,0
		% del total	1,1%	6,3%	27,4%	18,9%	53,7%
Total		Recuento	1	6	39	49	95
		Frecuencia esperada	1,0	6,0	39,0	49,0	95,0
		% del total	1,1%	6,3%	41,1%	51,6%	100,0%

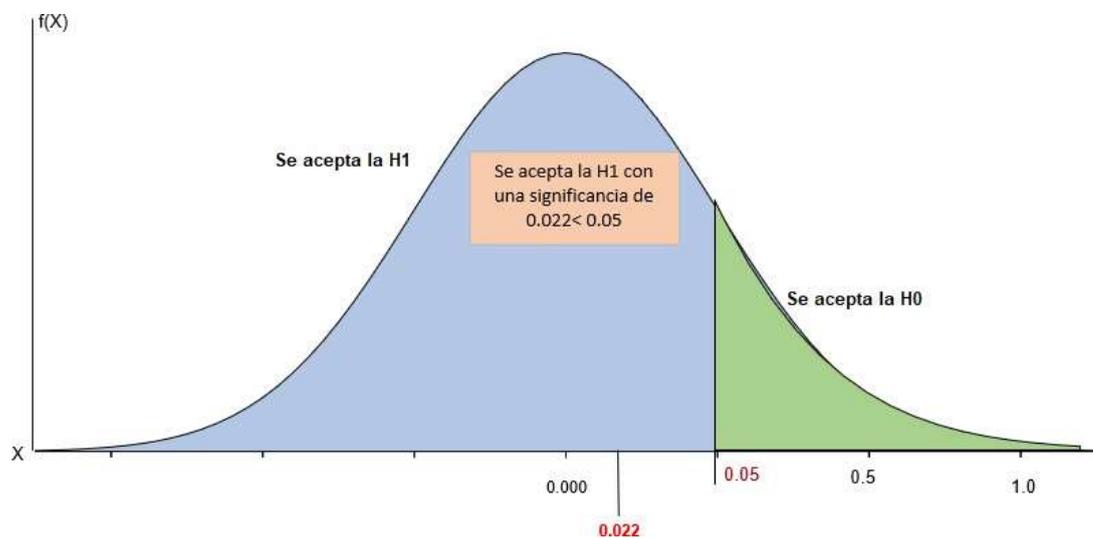
Tabla 23

Pruebas de chi-cuadrado - Tecnología Nivel Alto * Maquinarias y equipos

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,735 ^a	6	,022
Razón de verosimilitudes	17,806	6	,007
Asociación lineal por lineal	14,020	1	,000
N de casos válidos	95		

INTERPRETACIÓN

Según el grado de significancia de 0.022 se establece que existe relación entre las dimensiones, es decir que existe relación significativa entre la tecnología de nivel alto sobre las labores agronómicas, maquinarias y equipos utilizadas en el proceso de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya.

GRÁFICA DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA

PRUEBA DE HIPOTESIS ESPECÍFICA II

H1: Existe relación significativa entre la tecnología de nivel medio sobre la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya.

H0: No existe relación significativa entre la tecnología de nivel medio sobre la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya.

Tabla 24

Contingencia Tecnología Nivel Medio * Transporte

		Transporte				Total	
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
Tecnología Nivel Medio	Recuento	2	0	0	0	2	
	Casi nunca	Frecuencia esperada	,1	,2	1,1	,6	2,0
	% del total	2,1%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%	
	Recuento	4	1	4	0	9	
	A veces	Frecuencia esperada	,6	,8	4,8	2,8	9,0
	% del total	4,2%	1,1%	4,2%	0,0%	9,5%	
	Recuento	0	7	44	13	64	
	Casi siempre	Frecuencia esperada	4,0	5,4	34,4	20,2	64,0
	% del total	0,0%	7,4%	46,3%	13,7%	67,4%	
	Recuento	0	0	3	17	20	
	Siempre	Frecuencia esperada	1,3	1,7	10,7	6,3	20,0
	% del total	0,0%	0,0%	3,2%	17,9%	21,1%	
Total	Recuento	6	8	51	30	95	
	Frecuencia esperada	6,0	8,0	51,0	30,0	95,0	
	% del total	6,3%	8,4%	53,7%	31,6%	100,0%	

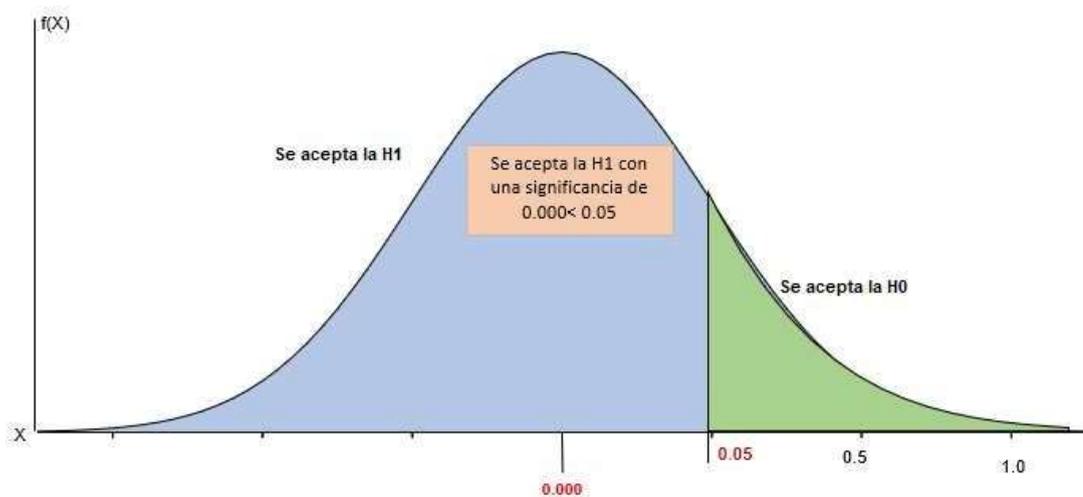
Tabla 25

Pruebas de chi-cuadrado - Tecnología Nivel Medio * Transporte

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	89,844 ^a	9	,000
Razón de verosimilitudes	65,672	9	,000
Asociación lineal por lineal	46,773	1	,000
N de casos válidos	95		

INTERPRETACIÓN

Según el grado de significancia de 0.000 se establece que existe relación entre las dimensiones, es decir que existe relación significativa entre la tecnología de nivel medio sobre la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya.

GRÁFICA DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA

PRUEBA DE HIPOTESIS ESPECÍFICA III

H1: Existe relación significativa entre la tecnología de nivel bajo sobre la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya.

H0: No existe relación significativa entre la tecnología de nivel bajo sobre la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya.

Tabla 26

Contingencia Tecnología Nivel Bajo * Productos

		Productos				Total	
		Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
Tecnología Nivel Bajo	A veces	Recuento	2	1	0	18	21
	Frecuencia esperada	,4	,7	7,7	12,2	21,0	
	% del total	2,1%	1,1%	0,0%	18,9%	22,1%	
	Casi siempre	Recuento	0	2	21	37	60
	Frecuencia esperada	1,3	1,9	22,1	34,7	60,0	
	% del total	0,0%	2,1%	22,1%	38,9%	63,2%	
	Siempre	Recuento	0	0	14	0	14
	Frecuencia esperada	,3	,4	5,2	8,1	14,0	
	% del total	0,0%	0,0%	14,7%	0,0%	14,7%	
Total	Recuento	2	3	35	55	95	
Frecuencia esperada	2,0	3,0	35,0	55,0	95,0		
% del total	2,1%	3,2%	36,8%	57,9%	100,0%		

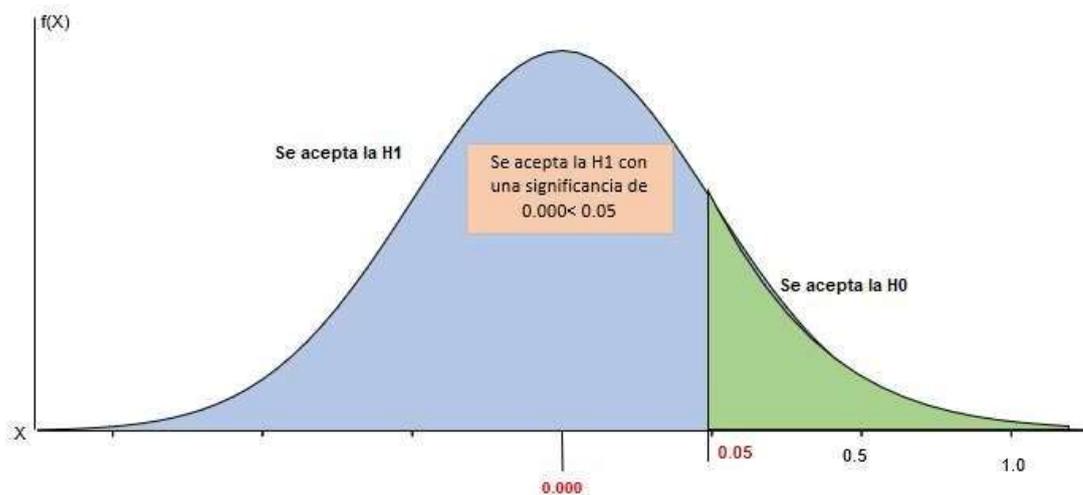
Tabla 27

Pruebas de chi-cuadrado - Tecnología Nivel Bajo * Productos

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	41,677 ^a	6	,000
Razón de verosimilitudes	51,676	6	,000
Asociación lineal por lineal	5,847	1	,016
N de casos válidos	95		

INTERPRETACIÓN

Según el grado de significancia de 0.000 se establece que existe relación entre las dimensiones, es decir que existe relación significativa entre la tecnología de nivel bajo sobre la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya.

GRÁFICA DEL NIVEL DE SIGNIFICANCIA

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De los resultados se infiere que existe grado de relación entre la cadena de valor y la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región de Ucayali 2019.

Se conoce de los resultados que existe grado de relación entre la tecnología de nivel alto para realizar labores agronómicas, maquinarias y equipos para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región 2019.

Asimismo, el adecuado eslabón para desarrollar la cadena de valor de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, es fundamental para su crecimiento y desarrollo, en ese sentido la incorporación de la tecnología alta, media y baja son trascendentales en las organizaciones de la palma aceitera, en el que la maquinaria sea un factor para reducir los costos en la producción, con un adecuado transporte.

Por lo que la cadena de valor comprende un proceso en el que se inserten la tecnología y los otros recursos humanos, de capital con un adecuado método para incrementar la competitividad es completamente vital en el sector de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya.

CONCLUSIONES

- De los datos obtenidos se concluye que existe grado de relación entre la cadena de valor y la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región de Ucayali 2019.
- De los datos obtenidos se concluye que existe grado de relación entre la tecnología de nivel alto para realizar labores agronómicas, maquinarias y equipos para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región 2019. De ahí que el 89,5% de los encuestados señalaron que existe siempre grado de relación entre la tecnología de nivel alto para realizar labores agronómicas, maquinarias y equipos para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, mientras que el 1,1% señalo nunca.
- De los datos obtenidos se concluye que existe grado de relación entre la tecnología de nivel medio en el uso de fertilizantes sintéticos y transporte para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región de Ucayali 2019. De ahí que el 56,8% de los encuestados señalaron que existe casi siempre grado de relación entre la tecnología de nivel medio en el uso de fertilizantes sintéticos y transporte para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*), mientras que el 2,1% señalo nunca.
- De los datos obtenidos se concluye que existe grado de relación entre la tecnología de nivel bajo en la instalación del cultivo de palma y los

productos que se cosechan para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali 2019. De ahí que el 61,1% de los encuestados señalaron que existe casi siempre grado de relación entre la tecnología de nivel bajo en el cultivo de palma y los productos que se cosechan para la competitividad de la palma aceitera, mientras que el 2,1% señaló nunca.

SUGERENCIAS

- Los directivos de las empresas palmicultores deben optimizar la gestión ya que existe grado de relación entre la cadena de valor y la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región de Ucayali 2019.
- Los responsables de las organizaciones palmicultores deben tener en cuenta que existe grado de relación entre la tecnología de nivel alto para realizar labores agronómicas, maquinarias y equipos para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región 2019.
- Los directivos den tener en cuenta que existe grado de relación entre la tecnología de nivel medio en el uso de fertilizantes sintéticos y transporte para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región de Ucayali 2019.
- Los socios deben tener en cuenta que existe grado de relación entre la tecnología de nivel bajo en la instalación del cultivo de palma y los productos que se cosechan para la competitividad de la palma aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali 2019.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aban Jamanca, L. Y., & Rocca Beltrán, K. L. (2019). Cadena de valor de la producción lechera, caso distrito de Ocros – Ancash – Perú – 2018. Perú: <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/4204>.
- Andalucía emprende. (2019). Cadena de Valor: Fundación Pública Andaluza. <https://www.andaluciaemprende.es/wp-content/uploads/2019/02/CADENA-DE-VALOR.pdf>
- Anzil, F. (2023). Competitividad. Lima: <https://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>.
- Arce Góngora, J. (2012). Palma aceitera. Iquitos: Programa de Cambio Climático, Desarrollo Territorial y Ambiente - PROTERRA.
- Arimany, L. (2010). La cadena de valor.. Tao del Emprendimiento España Grupo Planeta. <https://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/>
- Arnedo Severich, G. P. (2012). La Cadena De Valor Como Nuevo Eje De Competitividad Frente A Los Desafíos Del Mercado Global. Cartagena: Universidad Tecnológica de Bolívar.
- Charry, A., & et al. (2020). Estrategia integral para el fortalecimiento del plan de competitividad de la cadena palma aceitera en Ucayali. Ucayali: Publicación CIAT No. 497.
- Chávez, J. (2012). Cadena de Valor, estrategias genéricas y competitividad: El caso de los productores de café orgánico del municipio de Tanetze de Zaragoza, Oaxaca México: <http://www.eumed.net/librosgratis/2013b/1345/1345.pdf>.
- Chiri Fernández, A. (2021). Benchmarking, la competitividad. Perú: <http://www.revistas.uni.edu.pe/index.php/iecos/article/view/1159>.

- Choque Riveros, M. (2019). La gestión empresarial y su relación con la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa, 2018. Perú:
- Chupillón Vásquez, R. E., & López Cotrina, M. L. (2019). Cadena de valor y Comercialización Internacional en el sector alpaquero Arequipa- 2018. Perú: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/53508>.
- Díaz Muñoz, G. A. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. Ecuador: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7878906>.
- Downes, L., & Mui, C. (1998). Unleashing the Killer App. Harvard: Harvard Business School Press.
- Ferraz, J., Kupfer, D., & Haguenaer, L. (1966). Made in Brazil: desafíos competitivos para a industria. Rio de Janeiro: Campus.
- Flemming Abad, C. G. (2019). Gestión por procesos y la cadena de valor en la industria farmacéutica. Perú: <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10543>.
- García Palacios Eduardo Marino, Gonzales Galbarte Juan Carlos, Lopez Cerezo José Antonio, Lujan Jose Luis, Martin Gordillo Mariano, Osorio Carlos, Valdes Celida (2001) Ciencia, Tecnología y Sociedad: una aproximación conceptual. España. FotoJae S.A
- Gómez, S. (2011). Competitividad y crecimiento económico: Evidencia empírica de las variables del ICG en México. Editorial Fundación Teledes.: Redes de Innovación, Energías Renovables y Competitividad.
- Gottret MV (2011). Orientación estratégica con enfoque de cadena de valor para la gestión de empresas asociativas rurales. CATIE 20 – 22.
- Inocente Vera, D. V. (2019). Análisis de la cadena de valor de las empresas exportadoras de quinua orgánica de Puno a fin de aumentar su competitividad al mercado alemán del 2012 al 2017. Perú.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625714/InocenteV_D.pdf?sequence=4&isAllowed=y.

López Vílchez, D. C. (2016). Análisis de la competitividad de la empresa Agropucalá S.A.A. utilizando el modelo del diamante de Porter en el periodo 2010-2013. Perú:

<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/862>.

Marquina Feldman, P. (2019). Ranking de Competitividad Digital Mundial 2019. Perú: <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/167111>.

Medeiros, V. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. Brasil:

<https://hdl.handle.net/11362/45005>

Medeiros, V., Goncalves Godoi, L., & Camargos Texeira, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. Revista de CEPAL N° 120.

Meraz, L. (2015). Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del Valle de Guadalupe.

Nutz, N., & Sievers, M. (2016). Guía General para el Desarrollo de Cadenas de Valor. Ginebra: OIT.

Perez David, Perez Martines de Ubago (2006). Marketing estratégico. España. Escuela de Organización Industrial.

Porter, M. (1985). Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México: Grupo Editorial Patria.

Quintal Palmares F. (2010). Eleva la competitividad de tu empresa. Mexico.

Ramírez Molina, R. I. (2021). Estrategias empresariales y cadena de valor en mercados sostenibles: una revisión teórica. Colombia:

<https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/8929>.

Riquelme Matias (2020). Cadena de Valor de Michael Porter ¿Qué es y cuál es su importancia? .Web y Empresas.
<https://www.webyempresas.com/cadena-de-valor/>

Romero Suárez, D. (2020). Factores determinantes de competitividad e integración organizacional: revisión sistemática exploratoria. Chile:
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000500021>.

Springer, & Heinze. (2007). ValueLinks manual: The methodology of value. . ValueLinks manual.

Soria & Puig (2022). Ciudad y Territorio Estudios Territoriales. España.
<https://recyt.fecyt.es/index.php/CyTET/article/view/81542/50917>

Velasco Vaicilla, T. J. (2017). La cadena de valor como herramienta de gestión empresarial en el sector de consumo masivo en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua. Ecuador, Ambato:
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26580/1/413%20o.e.pdf>.

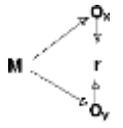
Vargas Risco, G. G. (2019). Diagnóstico de competitividad organizacional y estrategias para incrementar la competitividad de la empresa World Fruit Peruvian Product, Huaura, 201. Perú:
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/2786>.

Vergara, O., & Acevedo, Á. (2019). Marketing Responsable: Ventaja Distintiva en la Cadena de Valor de las Organizaciones. Chile:
<https://doi.org/10.32457/jmabs.v1i1.292>.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

TÍTULO: CADENA DE VALOR EN LA COMPETITIVIDAD DE LA PALMA ACEITERA (*Elaeis guineensis*) EN EL DISTRITO DE NESHUYA, REGIÓN UCAYALI 2019

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	OPERACIONALIZACION DE VARIABLES			
			VARIABLES	DIMENSIONES	INSTRUMENTO	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la cadena de valor y la competitividad de la palma aceitera (<i>Elaeis guineensis</i>) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali 2019?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS ¿Cuál es la relación que existe entre la tecnología de nivel alto para realizar labores agronómicas, maquinarias y equipos para la competitividad de la palma aceitera (<i>Elaeis guineensis</i>) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali 2019?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la tecnología de nivel medio en el uso de fertilizantes sintéticos y transporte para la competitividad de la palma aceitera (<i>Elaeis guineensis</i>) en el distrito de Neshuya?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la tecnología de nivel bajo en la instalación del cultivo de palma y los productos que se cosechan para la competitividad de la palma aceitera (<i>Elaeis guineensis</i>) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali 2019?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Analizar el grado de relación que existe entre la cadena de valor en la competitividad de la palma aceitera (<i>Elaeis guineensis</i>) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali 2019</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS Determinar la relación que existe entre la tecnología de nivel alto para realizar labores agronómicas, maquinarias y equipos para la competitividad de la palma aceitera (<i>Elaeis guineensis</i>) en el distrito de Neshuya</p> <p>Identificar la relación que existe entre la tecnología de nivel medio en el uso de fertilizantes sintéticos y transporte para la competitividad de la palma aceitera (<i>Elaeis guineensis</i>) en el distrito de Neshuya.</p> <p>Establecer la relación que existe entre la tecnología de nivel bajo en la instalación del cultivo de palma y los productos que se cosechan para la competitividad de la palma aceitera (<i>Elaeis guineensis</i>) en el distrito de Neshuya.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL Existe grado de relación entre la cadena de valor y la competitividad del cultivo de palma aceitera (<i>Elaeis guineensis</i>) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali 2019</p> <p>HIPOTESIS ESPECÍFICOS Existe grado de relación significativa entre la tecnología de nivel alto para realizar labores agronómicas, maquinarias y equipos para la competitividad de la palma aceitera (<i>Elaeis guineensis</i>) en el distrito de Neshuya.</p> <p>Existe grado de relación significativa entre la tecnología de nivel medio en el uso de fertilizantes sintéticos y transporte para la competitividad de la palma aceitera (<i>Elaeis guineensis</i>) en el distrito de Neshuya.</p> <p>Existe grado de relación significativa entre la tecnología de nivel bajo en la instalación del cultivo de palma y los productos que se cosechan para la competitividad de la palma aceitera (<i>Elaeis guineensis</i>) en el distrito de Neshuya, Región Ucayali 2019</p>	<p>Independiente Cadena de Valor</p>	<p>Tecnología de nivel alto</p> <p>Tecnología de nivel medio</p> <p>Tecnología de nivel bajo</p>	<p>Cuestionario de pruebas objetivas y de desarrollo</p>	<p>Población (N): 313</p> <p>Muestra (n): 95</p> <p>Tipo de investigación No experimental</p> <p>Diseño de Investigación: Correlacional</p>  <p>Técnicas: Para Acopio de datos: Encuestas</p> <p>Instrumentos de Recolección de datos: Cuestionario</p> <p>Técnicas para el análisis e interpretación de datos: Estadística descriptiva e inferencial</p>
			<p>Dependiente Competitividad</p>	<p>Maquinarias y equipos</p> <p>Transporte</p> <p>Producto</p>	<p>Cuestionario de prueba objetiva</p>	
			<p>Interviniente Asociaciones agrarias de palma aceitera en el distrito de Neshuya.</p>			

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

ESCUELA DE POST GRADO

Estimado (a) palmero (a), con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto a la relación que existe entre Cadena de valor en la Competitividad de la Palma Aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, para lo cual le solicitamos su colaboración, respondiendo a todas las preguntas. Los resultados nos permitirán proponer sugerencias e implementar la cadena de valor y una mejor competitividad. Marque con una (X) la alternativa que considere pertinente en cada caso, tomando en cuenta la escala valorativa.

ESCALA VALORATIVA

CODIGO	CATEGORIA	VALOR
S	Siempre	5
CS	Casi siempre	4
AV	A veces	3
CN	Casi nunca	2
N	Nunca	1

N°	VARIABLE INDEPENDIENTE: CADENA DE VALOR					
		S	CS	AV	CN	N
Dimensión: Tecnología de nivel alto						
1	¿Conoce Ud. si en su distrito, se realicen las labores agronómicas, maquinarias y equipos de acuerdo al paquete tecnológico de palma aceitera?					
2	¿Conoce Ud. si en su distrito se aplican la fertilización de acuerdo al calendario del cultivo?					
3	¿Sabe si su distrito realiza análisis de suelo y foliar para conocer el requerimiento nutricional de la planta?					
Dimensión: Tecnología de nivel medio						
4	¿Utiliza Ud, fertilizantes sintéticos y transporte para abonar la palma?					
5	¿Conoce Ud, que el escobajo podría ser utilizado para abonar a las plantas?					

6	¿Realiza las labores de mantenimiento de círculos e interlineas?					
Dimensión: Tecnología de nivel bajo						
7	¿Sabe Ud. que para instalar el cultivo de palma y los productos que se cosechan realizan las actividades de rozo, tumba y quema?					
8	¿Realizan fertilizaciones anuales en el cultivo de palma aceitera?					
9	¿Conoce Ud. cuántas toneladas por hectárea cosecha al año?					

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

ESCUELA DE POST GRADO

Estimado (a) palmero (a), con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto a la relación que existe entre Cadena de valor en la Competitividad de la Palma Aceitera (*Elaeis guineensis*) en el distrito de Neshuya, para lo cual le solicitamos su colaboración, respondiendo a todas las preguntas. Los resultados nos permitirán proponer sugerencias e implementar la cadena de valor y una mejor competitividad. Marque con una (X) la alternativa que considere pertinente en cada caso, tomando en cuenta la escala valorativa.

ESCALA VALORATIVA

CODIGO	CATEGORIA	VALOR
S	Siempre	5
CS	Casi siempre	4
AV	A veces	3
CN	Casi nunca	2
N	Nunca	1

N°	VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD					
	Dimensión: Maquinarias y equipos	S	CS	AV	CN	N
1	¿Cuenta Ud. con maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera?					
2	¿Posee Ud. equipos que le permitan realizar las actividades agronómicas en la plantación de palma?					
3	¿Utiliza maquinarias para las labores de manejo de la palma aceitera?					
Dimensión: Transporte						
4	¿Su distrito cuenta con vías y accesos que permiten un libre tránsito para el traslado de las cosechas?					
5	¿La ubicación de su parcela cuenta con vías de acceso en buenas					

	condiciones para el traslado de las cosechas?					
6	¿Con qué frecuencia realiza Ud. el mantenimiento para el acceso a su parcela?					
Dimensión: Producto						
7	¿Sabe Ud. cuantas toneladas por hectárea produce su parcela?					
8	¿Tiene conocimiento sobre la transitabilidad en su distrito?					
9	¿Siente que no cuenta con vías adecuadas y transitables para dar respuesta ante emergencias de accidentes de tránsito o congestión vehicular?					